

O

BÀSICO

DON FAILLA

SUMÁRIO

Capítulo I

Introdução ao MMN 04

Capítulo II

Dois vezes dois, igual a quatro 09

Capítulo III

Síndrome de fracasso de vendedores 13

Capítulo IV

Quatro coisas que você tem de fazer 17

Capítulo V

Cavando até o leito rochoso 21

Capítulo VI

Navios ao mar 24

Capítulo VII

Convite a terceiros 29

Capítulo VIII

Onde gastar seu tempo 32

Capítulo IX

O chiado na frigideira vende o bife 33

Capítulo X

Motivação e atitude 36

Capítulo XI

Pentágono de crescimento 41

Capítulo XII

Voltando à escola 43

Capítulo XIII

Brincando com números para provar um argumento 47

Capítulo XIV

Sessões de treinamento versus reuniões semanais de apresentação de oportunidades 50

Capítulo XV

Frases importantes e respostas a objeções 54

“Não te furtas de fazer o bem a quem de direito, estando na tua mão o poder de fazê-lo”
Proverbios, 3:27

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO AO MMN

O Marketing Multinível é um dos métodos de vendas em uso que vem crescendo mais rapidamente, mas, ainda assim, o mais incompreendido. Foi chamado por muitos de “A Onda da Década de 1980”. Acredite em mim, o método irá muito além dessa data. Até o final da década de 1990, mais de US\$100 BILHÕES em produtos e serviços estarão sendo vendidos anualmente através de empresas de Marketing Multinível. À medida que nos aproximamos do século XXI... OLHO VIVO!

O objetivo deste livro é transmitir a você, leitor, por meio de ilustrações e exemplos, exatamente o que o Marketing Multinível É o que NÃO É. Mostraremos também como você poderá, de maneira eficaz, repito – de maneira EFICAZ, explicar a outras pessoas o que é o Marketing Multinível.

Este livro deve ser tratado como um MANUAL DE TREINAMENTO. Foi escrito para ser usado como uma ferramenta que o ajudará a treinar o pessoal na sua organização. Inclua-o no conjunto inicial de informações de seu programa.

Don Failla desenvolveu as Apresentações num guardanapo, em que se baseia este livro, a partir de 1973. De uma forma ou de outra, venho trabalhando com o Marketing Multinível desde 1969. O texto explicará as dez apresentações até agora desenvolvidas.

Antes, porém, de entrar em detalhes sobre as Dez apresentações num guardanapo, eu gostaria de responder a uma das perguntas mais comuns e, provavelmente, a mais importante de todas elas: “O que é o MMN?” Esta pergunta é feita freqüentemente em reação a um button que usamos bastante (ver ilustração na quarta capa). Usaremos aqui indistintamente “MMN” e “Marketing Multinível”.

Vamos, agora, passar aos detalhes. Marketing significa simplesmente fazer com que um produto ou serviço passe do fabricante ou fornecedor ao consumidor. Multinível refere-se ao sistema de remuneração paga às pessoas que estão fazendo com que o produto seja vendido ou o serviço prestado. “Multi” significa “mais de um”. “Nível” refere-se ao que poderia ser mais bem denominado de “geração”. Poderia ser chamado “Marketing Multigeração”. Mas ficaremos com Multinível porque é o mais comum. E tão comum, de fato, que muitas pirâmides ilegais e esquemas de distribuição em cadeia ou correntes de cartas tentam se passar por programas Multinível. Isto cria tal estigma, embora injustificado, que muitas das novas empresas MMN estão usando outros nomes para seu tipo de marketing. Alguns desses nomes que você conhecerá são “Marketing Uninível”, “Network Marketing” e “Marketing Cooperativo em Massa”.

Na verdade, só há três grandes métodos básicos para distribuir produtos. (Levante três dedos enquanto demonstra este argumento.)

1. VAREJO — Tenho certeza de que todos conhecem a venda a varejo. O mercado, a farmácia, a loja de departamentos... Você entra na loja e compra alguma coisa.

2. VENDAS DIRETAS — Incluem normalmente (mas nem sempre) seguros, painéis, enciclopédias etc. A Fuller Brush, a Avon, as pequenas reuniões da Tupperware em casa etc. são alguns exemplos de Vendas Diretas.

3. MARKETING MULTINÍVEL — E isso que discutiremos neste livro. Não deve ser confundido com os outros dois, especialmente com o método de Vendas Diretas, com o qual o MMN é costumeiramente confundido.

Um quarto tipo de marketing ocasionalmente acrescentado à lista (levante o quarto dedo) é a VENDA POR CATÁLOGO. A Venda por Catálogo pode ser um tipo de MMN, embora, em geral, seja incluída na categoria de Vendas Diretas.

Um quinto tipo, freqüentemente confundido com o MMN, já mencionado, é o das VENDAS EM PIRÂMIDE. De fato, as PIRÂMIDES são ILEGAIS! Uma das razões principais por que podem ser ilegais é que não vendem um produto ou prestam um serviço válido. (Levante o polegar como exemplo.) Se um produto não é distribuído, como se poderia chamar a isso “marketing, quanto mais “Marketing Multinível”! Multinível eles talvez sejam – mas MARKETING NÃO SÃO!!!

A maioria das objeções à entrada de pessoas no Marketing Multinível deve-se ao fato de não compreenderem as diferenças entre MMN e métodos de marketing de Vendas Diretas. A confusão é compreensível porque a maioria das empresas sérias de MMN pertence também à Direct Sales Association (associação norte-americana de empresas que distribuem seus produtos diretamente do fabricante ao consumidor, seja com Vendas Diretas ou MMM).

Você talvez tenha sido condicionado a pensar em tais vendas como programas de vendas diretas de porta em porta, porque seu primeiro contato com elas se deu quando um distribuidor bateu à sua porta para lhe vender alguma coisa.

Há, porém, alguns aspectos que diferenciam o MMN de empresas de Varejo e Vendas Diretas. Uma diferença muito importante é que no MMN você está trabalhando para você mesmo —MAS NÃO SOZINHO.

Trabalhando como autônomo, você compra os produtos no atacado da empresa que representa. Isso significa que você pode (e deve) usar esses produtos para consumo próprio. Muitas pessoas associam-se a uma empresa apenas por essa razão, com o objetivo de comprar no atacado. E muitas delas vão ficar “seriamente interessadas”.

Ao comprar produtos NO ATACADO você poderá, se quiser, vendê-los A VAREJO e ter LUCRO. A maior confusão a respeito de MMN é a idéia de que você TEM de vender a varejo para ser bem-sucedido. Há muito a dizer em favor da venda no varejo e que não deve ser ignorado. Alguns programas até exigem que determinada quota de varejo seja alcançada para se conseguir uma gratificação. Você pode vender, se quiser, para atender aos requisitos de seu programa particular, mas, quanto a ganhar muito dinheiro, o verdadeiro sucesso está em construir a organização.

PONTO IMPORTANTE: Deixe que as vendas ocorram como resultado natural do desenvolvimento da organização. Mais pessoas fracassam do que têm sucesso quando tentam fazê-lo de modo contrário — buscando desenvolver sua organização enfatizando vendas. Ao ler as Apresentações num guardanapo, você verá este conceito se desenrolar diante de seus olhos.

A palavra “vender” desperta pensamentos negativos nas mentes em cerca de 95% das pessoas. No MMN, você não precisa “vender” os produtos no sentido tradicional da palavra. Ainda assim, PRODUTOS TÊM DE SER DISTRIBUÍDOS, ou ninguém, ninguém

mesmo, ganha coisa alguma. Don Failla define vender como visitar estranhos para lhes vender algo que eles talvez nem precisem nem queiram”. Mais uma vez, PRODUTOS TÊM DE SER DISTRIBUÍDOS, OU NINGUÉM GANHA COISA ALGUMA!

Outro nome de MMN é Network Marketing. Quando você desenvolve uma organização, está, na realidade, construindo uma rede através da qual dirige seus produtos. O varejo é o alicerce do Network Marketing. Vendas em MMN ou Network Marketing são realizadas entre distribuidores que COMPARTILHAM com amigos, vizinhos e parentes. Eles nunca têm de falar com estranhos.

Para formar um GRANDE E BEM-SUCEDIDO NEGÓCIO, você vai necessitar de EQUILÍBRIO. Você precisa patrocinar pessoas e ensinar MMN e, nesse processo, pode construir uma base de clientes, vendendo a varejo a amigos, vizinhos e parentes.

Não tente, sozinho, vender seu programa ao mundo. Lembre-se de que o Network Marketing, ou MMN, significa desenvolver uma organização na qual muitos distribuidores, todos, vendem um pouco a varejo. Esse sistema funciona muito melhor do que se alguns tentarem fazer tudo sozinhos

Não existe a necessidade de gastar grandes somas em publicidade em, praticamente, todas as empresas que trabalham com MMN. A propaganda é feita quase exclusivamente boca a boca. Por esse motivo, estas empresas têm mais dinheiro para investir em desenvolvimento de produto. Como resultado, normalmente oferece-se um produto de melhor qualidade que outros dos concorrentes encontrados nas lojas de varejo. Você pode COMPARTILHAR com amigos um produto de alta qualidade, de um tipo que eles já estejam usando. Está simplesmente substituindo a marca antiga por outra que, por experiência própria, descobriu ser melhor.

Assim, não há a necessidade de andar de porta em porta, visitando estranhos todo dia. Os programas de rede ou MMN disponíveis ensinam a você COMPARTILHAR com amigos a qualidade dos produtos e serviços, isto é, toda a “venda” envolvida no caso. (Preferimos dizer “Compartilhar” porque realmente é isso que fazemos.)

Outro aspecto que diferencia o MMN de Vendas Diretas é o PATROCÍNIO de outros distribuidores. Em vendas diretas, e mesmo em algumas empresas de MMN, esse processo é chamado RECRUTAMENTO. Entretanto, “patrocinar” e “recrutar” não significam, definitivamente, a mesma coisa. Você PATROCINA alguém e então lhe ensina fazer o que você está fazendo — DESENVOLVENDO SEU PRÓPRIO NEGÓCIO.

Enfatizamos: há uma grande diferença entre patrocinar alguém e simplesmente “registrar” alguém. Quando PATROCINAMOS uma pessoa, assumimos um COMPROMISSO com ela. Se não estivermos dispostos a assumir esse compromisso, prestamos-lhe um desserviço ao registrá-la.

Nesta altura, você somente precisa estar disposto a ajudá-la a desenvolver o próprio negócio. Este livro será uma ferramenta valiosíssima para lhe mostrar o que e como fazer justamente isso.

É RESPONSABILIDADE do patrocinador ensinar às pessoas que traz para o negócio tudo o que sabe a respeito: encomendar produtos, documentar atividades, dar início ao trabalho, como desenvolver e treinar sua organização etc. Este livro será muito útil para HABILITÁ-LO a arcar com esta responsabilidade.

PATROCÍNIO é o que faz crescer um negócio de Marketing Multinível. Enquanto cresce sua organização, você está trabalhando para se tornar uma pessoa de negócios INDEPENDENTE E BEM-SUCEDIDA. Você é SEU PRÓPRIO CHEFE!

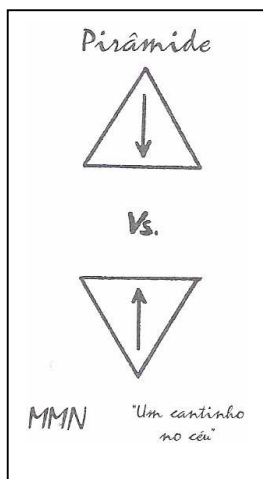
Numa empresa de Vendas Diretas, você trabalha para ela. Se resolver deixá-la e passar para outra área, acaba tendo de recomeçar do nada mais uma vez. Na maioria dos programas de MMN disponíveis, você pode mudar-se para outra região do país e patrocinar outras pessoas, sem perder o volume de vendas gerado pelo grupo que deixou para trás.

Você pode ganhar muito dinheiro nos programas de Marketing Multinível. Talvez isso demore um pouco mais com algumas empresas do que com outras, mas ganhar muito dinheiro é resultado do desenvolvimento de uma organização, e não apenas da venda do produto. É verdade que você pode ganhar bem em alguns programas simplesmente vendendo o produto — mas poderá ganhar uma FORTUNA desenvolvendo uma organização como atividade principal.

Pessoas podem entrar num negócio Multinível com a idéia de ganhar US\$50, US\$100, ou mesmo US\$200 mensais e, de repente, compreendem que, se quiserem levar o negócio a sério, poderiam estar ganhando US\$1.000 ou US\$2.000 mensais — ou mais. Não se esqueça de que ninguém ganha esse dinheiro simplesmente vendendo produtos..., ganham esse dinheiro no desenvolvimento de uma organização.

ESSA A FINALIDADE DESTES LIVROS: ensinar o que você precisa saber para poder desenvolver uma organização, e RÁPIDO — desenvolver as atitudes certas e apropriadas sobre MMN. Se uma pessoa acha que o Marketing Multinível é ilegal, com a conotação de uma pirâmide (e, de fato, acha que existe essa conotação), você vai ter problemas em patrociná-la.

Você tem de lhe ensinar os fatos para eliminar uma atitude errada de confundir uma organização de Marketing Multinível com uma pirâmide. Um dos exemplos que poderia mostrar-lhe seria a ilustração abaixo. A pirâmide é construída de cima para baixo, e somente aqueles que dela participam desde o início é que poderão aproximar-se do topo. No triângulo “MMN”, todos começam na base e têm oportunidade de construir uma grande organização. Pode construir uma organização muito maior do que a do seu patrocinador, se quiser.



O principal objetivo é conseguir que o candidato entre em uma discussão geral a respeito do MMN e explicar, usando três dedos, as diferenças entre Varejo, Vendas Diretas e Marketing Multinível. Então você poderá ter um bom começo para patrociná-lo em seu veículo particular de MMN.

Como eu dissé antes, na década de 1990 o MMN estará movimentando mais de US\$ 100 BILHÕES anualmente. E isso é um GRANDE NEGÓCIO!

A maioria das pessoas não se dá conta de que o MMN é tão grande assim! O Marketing Multinível existe há mais de 35 anos. Algumas empresas que o utilizam há 20 anos, ou perto disso, têm vendas anuais de US\$1 bilhão.

Conheço uma empresa que teve um movimento de US\$2 milhões em seu primeiro ano de operação. No segundo ano, ultrapassou os US\$15 MILHÕES. Para seu terceiro ano projetou US\$75 MILHÕES. Seu objetivo é alcançar US\$1 BILHAO até o fim do quinto ano. Os princípios aqui expostos tornarão essa meta alcançável. E esse é um começo muito rápido em qualquer setor!

O MARKETING MULTINÍVEL é uma das maneiras viáveis que um inventor ou fabricante pode usar para colocar um novo produto no mercado, sem ter um milhão de dólares nem ter de vender sua invenção a alguém.

Anotações

CAPITULO II

Apresentação num Guardanapo nº 1 DOIS VEZES DOIS, IGUAL A QUATRO

Você pode fazer esta apresentação ANTES que um interessado conheça o programa ou o veículo que quer compartilhar com ele. É absolutamente NECESSARIO fazê-la tão logo seja possível, depois de tê-lo posto a par do seu programa. Você vai querer que, desde o primeiro dia, o pensamento dele seja orientado na direção certa. Com isso ele perderá o medo de pensar que tem de sair e “patrocinar todo mundo” para poder ganhar muito dinheiro com o Marketing Multinível.

$$\begin{array}{r} 2 \\ \times 2 \\ \hline 4 \\ \times 2 \\ \hline 8 \\ \times 2 \\ \hline 16 \end{array}$$

Essa apresentação também mostrará como é importante que ele trabalhe com seu pessoal e o ajude a começar.

A Apresentação começa com você escrevendo “2 x 2 = 4” etc., e multiplicando de cima para baixo da forma mostrada na ilustração ao lado.

Dizemos ao candidato, em tom de brincadeira, que, se ele patrocinar alguém que não consiga fazer isso da maneira certa, é melhor ESQUECÊ-LO, porque você terá problemas trabalhando com ele.

Note que começamos a usar agora a palavra “patrocinar”. À direita da coluna 2 x 2, escreva 3 x 3... dizendo: “Aqui, você patrocina três pessoas e ensina a essas três (começamos também a usar a palavra ensinar) a patrocinar outras três, conseguindo mais nove. Em seguida, ensina a essas suas três pessoas como ensinar essas 9 a patrocinar e agora você tem 27. Descendo mais um nível, você terá 81”.

$$\begin{array}{r} 2 \\ \times 2 \\ \hline 4 \\ \times 2 \\ \hline 8 \\ \times 2 \\ \hline 16 \end{array} \quad \begin{array}{r} 3 \\ \times 3 \\ \hline 9 \\ \times 3 \\ \hline 27 \\ \times 3 \\ \hline 81 \end{array}$$

Diagram illustrating the multiplication process for 2 and 3, showing the progression from 2 to 16 and from 3 to 81. Arrows indicate the flow: from 2 to 3 (labeled "1"), and from 16 to 81 (labeled "65").

Note a diferença entre 16 e 81. Chame a atenção dos candidatos para isso e pergunte-lhes se não acham que é uma boa diferença. Um seguida, faça com que observem que a DIFERENÇA REAL é UM! Cada pessoa patrocinou apenas MAIS UMA! Em geral você provoca alguma reação com essas palavras, mas continue em frente. A coisa ficará ainda melhor.

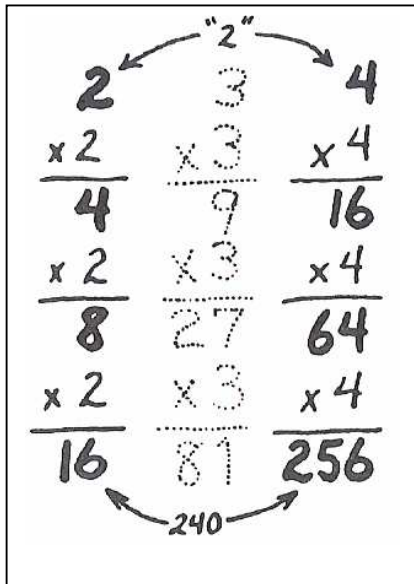
Digamos que você patrocina quatro pessoas no negócio. Passando para a direita da coluna 3 x 3, você desce mais uma vez uma coluna de números, escrevendo-os enquanto fala.

“Vejam os que acontece se cada pessoa patrocinar apenas MAIS DUAS.” Enquanto continua a escrever, você diz: “Você patrocina quatro e as ensina a patrocinar quatro.

Em seguida, você ajuda suas quatro a ensinar às 16 que elas têm de patrocinar quatro, adicionando 64 ao seu grupo. Descendo apenas mais um nível, antes que você o perceba, seu grupo passe a ter 256 participantes.”

E, mais uma vez, chama a atenção para o seguinte: “Bem, essa diferença está começando a ficar muito grande, mas...”

Você, em geral, capta, de novo, algum tipo de reação, à medida que as pessoas começam a entender o conceito e, interrompendo-o, elas dizem, antes de você falar: “A DIFERENÇA REAL é que cada uma só patrocinou MAIS DUAS pessoas!”



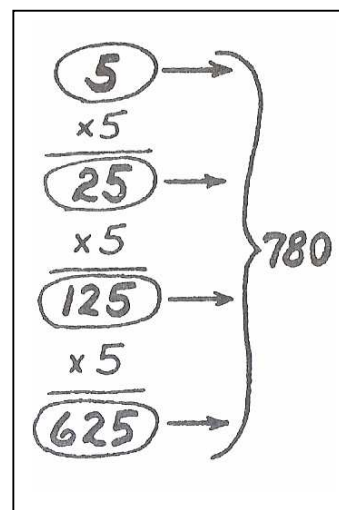
Terminamos com cinco. Os candidatos em geral entendem, a essa altura, como funciona a com toda a atenção, enquanto você escreve a coluna final de números. Nesse momento, você pode deixar de falar as palavras “patrocinar” e “ensinar”, escrevendo os números e comentando: “5 vezes 5 é igual a 25, que multiplicado por 5 dá 125, que multiplicado por 5 dará 625. Ora, essa DIFERENÇA É FANTÁSTICA!” Mais uma vez, a DIFERENÇA REAL é que cada pessoa só tem que patrocinar TRÊS pessoas mais.

A maioria das pessoas consegue se relacionar com o patrocínio de uma, duas ou três mais, mas normalmente acha difícil se relacionar com os números na última linha (16, 81, 256 e 625).

a coluna, tendo tido tempo suficiente para patrocinar cinco pessoas seriamente interessadas no programa. O “5” no alto da coluna representa as pessoas que patrocinou e que querem trabalhar SÉRIAMENTE no desenvolvimento de um negócio próprio. Talvez você tenha de patrocinar 10, 15 ou 20 pessoas para conseguir esses 5.

Contudo, quando você compreender, plenamente, todas as dez APRESENTAÇÕES NUM GUARDANAPO, descobrirá que seu pessoal se torna mais sério MAIS RAPIDAMENTE do que pessoas que ingressam em organizações que não conhecem este tipo de material. Este livro ensinará a você como trabalhar com eles, de modo que seu pessoal leve a coisa a sério MAIS RAPIDAMENTE.

1 Note na figura ao lado que, quando você patrocinou cinco pessoas, que patrocinaram outras cinco, e assim por diante, descendo a linha toda... você soma esses números (dentro dos círculos) e conseguirá 780 pessoas seriamente interessadas em sua organização. O que o ajuda a responder à pergunta: “Não há alguém que tem de vender o produto?” Vocês todos, que têm sido ativo sem MMN, já ouviram esta pergunta. Portanto, simplesmente leve-os através dessa APRESENTAÇÃO NUM GUARDANAPO e explique que 2 vezes 2 é igual a quatro.... chegando assim a 780 distribuidores.



Em QUALQUER TIPO de organização de Marketing Multinível, se você conta com 780 indivíduos que somente USAM pessoalmente o produto, você tem um grande volume. (Não incluímos os que não estão seriamente interessados, mas que são simplesmente “compradores de produto”.)

Agora, se todos eles têm dois, três, quatro ou cinco amigos. digamos que todos têm dez clientes entre amigos, parentes e conhecidos, isto é, 7.800 clientes! Acrescente a esse número os 780 distribuidores de sua organização (acha que os 8.580 clientes, mais os “compradores do produto”, não lhe darão um negócio lucrativo? É assim que você ganha muito dinheiro em qualquer tipo de negócio — fazendo com que muita gente contribua com um pouquinho. Mas, lembre-se, você está trabalhando apenas com cinco PESSOAS SERIAMENTE INTERESSADAS, e não com um exército inteiro!

Encontramos sempre pessoas que estão trabalhando em outros programas de MMN, bem como no nosso, que ficam impressionados com a RAPIDEZ com que cresceram nossas organizações. Estão nesses programas há mais tempo do que nós, mas estão coçando a cabeça e perguntando: “O que você está fazendo que eu não estou?”

Nossa resposta a elas é: “Com quantas pessoas você trabalha na sua PRIMEIRA LINHA?” (A Primeira linha são as pessoas que você patrocinou diretamente. Também são chamados seus distribuidores de “primeiro nível”.)

De modo geral, escuto números que variam de 25 a 50 ou mais. Conheço pessoas no MMN que têm mais de 100 em sua primeira linha, e garanto-lhe que, logo que compreender os princípios descritos neste livro, você as ultrapassará em uns seis meses, embora elas estejam naquelas outras organizações há seis ou oito anos.

Quando entramos na Apresentação num guardanapo nº 2, que trata da síndrome do “Fracasso do Vendedor” no Marketing Multinível, eu lhe darei um exemplo simples que mostra por que não é bom ter tanta gente na primeira linha.

Pense no EXÉRCITO, na MARINHA, na FORÇA AÉREA, nos FUZILEIROS NAVAIS, ou na GUARDA COSTEIRA. Do soldado mais humilde até o mais alto figurão no Pentágono, ninguém tem mais de cinco ou seis pessoas que tenha de supervisionar DIRETAMENTE. (Pode haver algumas raras exceções.) Pense nisso! Aqui temos as Academias Militares de West Point & Annapolis, com mais de 200 anos de experiência cada, e eles não pensam que alguém deva supervisionar mais de cinco ou seis pessoas. Então, por que pessoas ingressam numa organização de Marketing Multinível e pensam que podem trabalhar eficazmente com 50 pessoas na sua primeira linha? ELAS NÃO CONSEGUEM FAZER ISSO! É por isso que muitas delas fracassam, e você verá por que, à medida que prosseguir na leitura.

Você não deve tentar trabalhar com mais de cinco pessoas, seriamente interessadas, ao mesmo tempo. Entretanto, ao patrociná-las, não deixe de começar trabalhando em níveis inferiores. Chegará o momento em que elas não precisarão mais de você e podem se emancipar para criar outra linha própria. Isto o libertará também para trabalhar com outra pessoa seriamente interessada, mantendo em 5 o número das quais você trabalha de perto. Alguns programas talvez lhe permitam ser eficaz com apenas três ou quatro pessoas de cada vez, mas nenhum que conheço pode ser desenvolvido eficazmente com mais de cinco.

Estas APRESENTAÇÕES NUM GUARDANAPO são bem interligadas e, por isso, algumas das perguntas que você deseja fazer a esta altura serão esclarecidas à medida que continuar a ler este livro.

Anotações

CAPITULO III

Apresentação num Guardanapo nº 2 SÍNDROME DE FRACASSO DE VENDEDORES

Por que tantos vendedores fracassam quando trabalham na área de Marketing Multinível? Esta Apresentação Nº 2 esclarecerá os erros comuns praticados por profissionais orientados para vendas.

Vamos lhe apresentar o conceito de por que preferiríamos patrocinar dez professores em vez de dez vendedores.

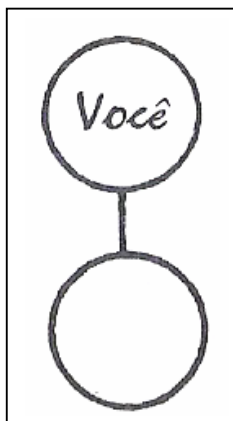
Agora, NÃO ME ENTENDAM MAL. Acho que vendedores profissionais podem ser ativos valiosíssimos para sua organização — se, como todos os outros, passarem pelas Dez apresentações num guardanapo e as compreenderem por dentro e por fora.

A maioria das pessoas fica confusa com esta declaração, mas, lembre-se, elas não compreendem ainda que o MMN é um MÉTODO de marketing. NÃO estamos patrocinando pessoas numa organização de Vendas Diretas. ESTAMOS patrocinando-as num programa de Marketing Multinível.

Na maioria das vezes, o problema que terá com vendedores é que, quando percebem a alta qualidade dos produtos que você representa, simplesmente se lançam e decolam. Podem estruturar suas próprias apresentações — não precisam de nós para lhes ensinar como vender — eles são os profissionais. O ponto é: não queremos lhes ensinar como vender. Queremos somente lhes ensinar como ENSINAR e PATROCINAR e desenvolver uma grande organização, bem-sucedida, de Marketing Multinível. E eles, como qualquer outra pessoa, podem fazer exatamente isso SEM VENDER COISA ALGUMA, no sentido e definição normal da palavra “vender”.

Se você não conseguir sentar-se com eles e lhes explicar umas poucas coisas simples sobre Marketing Multinível — porque este método é tão diferente de Vendas Diretas — então a tendência desse pessoal será sair na direção errada. À medida que continuarmos com estas apresentações num guardanapo daremos alguns exemplos disso.

A maioria das pessoas acha (especialmente vendedores) que, se patrocinar alguma pessoa, você duplicará seu esforço. (Desenhe um círculo embaixo de outro.) Havia um círculo e agora há dois. Parece lógico, mas isso NÃO É VERDADE.



Isso não é verdade, visto que se a pessoa representada pelo círculo superior (patrocinador) for embora, a pessoa que ela patrocinou vai embora também: não continuará. Você tem de explicar ao seu pessoal que se quiserem, verdadeiramente, duplicar-se, precisarão ir a pelo menos TRÊS NÍVEIS DE PROFUNDIDADE. Só então serão DUPLICADOS.

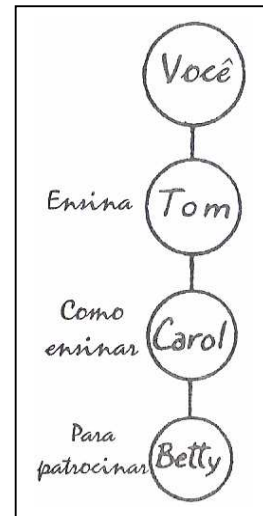
Se seu patrocinador caiu fora antes de você ter tido uma oportunidade de ver que o programa realmente funciona, você provavelmente pensará que não funciona porque o mesmo ocorreu no caso dele. Afinal, é seu patrocinador e certamente deve saber mais do assunto do que você.

Digamos que você está aqui. (Desenhe um círculo e coloque no centro a palavra “VOCÊ”.) Você patrocina Tom. (Desenhe Outro círculo sob o círculo com a palavra ‘VOCÊ’ e nele escreva o nome “TOM”, e ligue os dois com uma linha.)

Bem, se você sair e Tom não souber o que fazer (porque você não o ensinou), então acabou-se. Mas, se você DE FATO ENSINOU a Tom como patrocinar, e ele patrocinar Carol, você está APENAS COMEÇANDO a duplicar-se.

Mas se Tom NÃO aprender como ensinar a Carol como patrocinar, então, mais uma vez, a coisa dará em nada e acabou-se. Você tem de ensinar a Tom COMO ENSINAR A CAROL patrocinar outra pessoa. Então ela poderá patrocinar Betty ou quem quer que seja.

Agora você está no TERCEIRO NÍVEL DE PROFUNDIDADE. Se sair (para trabalhar com outra pessoa ou em uma região diferente do país), esse subgrupo continuará. Não esqueça: VOCÊ TEM DE IR ATÉ TRÊS NÍVEIS DE PROFUNDIDADE! Você não tem nada até chegar a três níveis de profundidade, e só então você será DUPLICADO.



Se você jamais comunicar qualquer coisa, exceto esse ponto, às pessoas que patrocina no negócio, ainda assim terá a chave que o tornará mais bem-sucedido do que a maioria em programas de Marketing Multinível.

Vejamos o que acontece com o “vendedor”: ele presta atenção às demonstrações dos produtos, ouve ou lê depoimentos dos resultados que outros obtiveram com o uso destes, e como funcionam. Uma vez que ele esteja armado com estas informações saia da frente, porque ele vai correr e “vender muito”. Lembre-se, ele é um VENDEDOR! Trabalhou em Vendas Diretas e não tem nenhum problema em visitar estranhos.

Muito bem! Então você diz ao seu supervendedor (vamos chamá-lo de Charlie): “Charlie, se você quiser ganhar REALMENTE MUITO DINHEIRO, não pode fazer isso sozinho. Você precisa patrocinar pessoas.

Então o que faz Charlie? Sai por aí e patrocina, patrocina, patrocina... Patrocinará uma tempestade. Um bom “vendedor” em um programa de Marketing Multinível poderia patrocinar três ou quatro pessoas por semana.

Mas veja o que acontece: a coisa chega a um ponto (e não leva muito tempo) em que as pessoas saem com tanta rapidez quanto as que entram. Se não trabalhar EFICAZMENTE com elas (e você não pode ser eficaz se está tentando trabalhar com mais de cinco ao mesmo tempo), verá que elas se tornam desanimadas e que desistem.

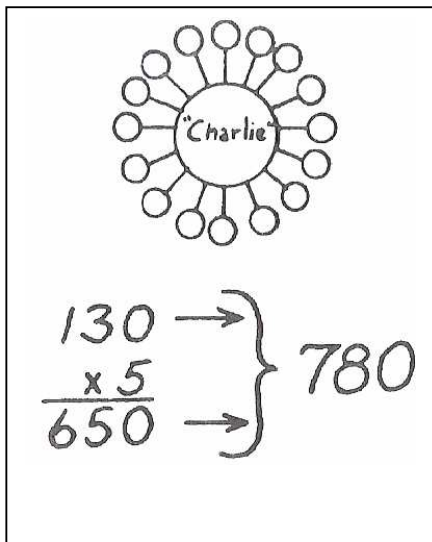
Assim, Charlie, ficando desanimado e impaciente, acha que nada está acontecendo e sai à procura de outro produto para vender. A pessoa que patrocinou Charlie, pensando que ele ia fazê-la rica, fica desanimada e desiste também.

A maioria das pessoas que obteve grande sucesso no MMN não teve formação em vendas. Podem não ser PROFESSORAS profissionalmente, mas têm formação que contém elementos de ensino. Conheço um professor e diretor de escola que, depois de apenas 24 meses em um programa de Marketing Multinível, estava ganhando mais de US\$15 MIL MENSAIS. Ele fez e continua fazendo isso ao ENSINAR A OUTRAS PESSOAS como fazê-lo

também.

Vamos pôr alguns números no método usado por Charlie, de modo a podermos ver com clareza onde foi que ele errou. Vamos supor que Charlie, sendo o supervendedor que é, saiu por aí e patrocinou 130 pessoas. Digamos ainda que ele conseguiu que cada uma delas patrocinasse outras cinco, acrescentando mais 650 pessoas e elevando o total de sua organização para 780. (A coisa lhe parece conhecida?)

Faça a seu pessoal a seguinte pergunta, quando lhe mostrar esse exemplo: “O que vocês acham que fariam com mais rapidez: patrocinar cinco pessoas realmente interessadas e ENSINAR A ELAS COMO ENSINAR, ou...?”



Incidentalmente, você ouvirá uma pergunta: “O que eu ensino a elas?” A resposta é: “Você ensina exatamente o que está aprendendo aqui neste livro — as dez APRESENTAÇÕES NUM GUARDANAPO. Elas precisam compreender todas as dez, mas, a princípio, as quatro primeiras. Ensine-lhes que $2 \times 2 = 4$ e por que pessoas fracassam etc.” De quanto tempo você acha que precisaria para patrocinar 130 pessoas? Quantas das primeiras ainda estariam no programa quando chegasse ao número 130? Vai descobrir que as está perdendo bem rápido. Porém, descobrirá que a taxa de retenção das 780 na apresentação num guardanapo nº 1 é bastante alta. Uma vez que você mostra isso a um vendedor e ele o compreende, você ouvirá: “Ah! Ah! Agora entendo o que tenho de fazer...”, e ele sairá para fazê-lo.

CUIDADO: Você tem de segurá-los. A maioria em MMN não compreende o que acabamos de estudar neste capítulo e literalmente encorajará seu pessoal até fracassar! Quem não conhece nosso método patrocinará alguém, e o novo distribuidor volta e lhe diz: “Ei, consegui cinco pessoas novas na semana passada!” Ele responde: “Legal!” e lhe dá uma palmadinha de encorajamento nas costas. Na semana seguinte, ele patrocina mais cinco pessoas. O que aconteceu com as cinco que ele registrou na semana anterior? Foram embora.

Se compreender esta “Síndrome do fracasso do vendedor”, você ainda pode encorajá-lo, mas, ao mesmo tempo, enfatize como é **IMPORTANTE** trabalhar com os cinco primeiros que patrocinou e em **AJUDÁ-LOS A COMEÇAR**.

Depois que patrocino alguém no negócio, é mais importante para mim sair com ele e **AJUDÁ-LO A PATROCINAR** outra pessoa do que eu mesmo sair e patrocinar outra para mim. Não posso enfatizar demais este ponto. E ele voltará ao primeiro plano em mais duas destas apresentações.

Entre as dez apresentações num guardanapo, as primeiras quatro são realmente **OBRIGATÓRIAS**. Se não tiver tempo para todas elas, pelo menos comece com a nº 1 e nº 2 (Capítulos II e III). Dependendo dos detalhes que resolva incluir, você pode apresentá-las em apenas cinco ou dez minutos, uma vez as tenha praticado.

Don Failla relata a experiência de um membro de seu grupo que fez a apresentação do o guardanapo ao telefone, depois de tê-laprendido ao telefone.

“Em um dos programas de que participei, patrocinei um sujeito chamado Carl. Ele me disse ter patrocinado a filha, que mora o Tennessee e que conhecia todo mundo na sua cidade. Eu conversava nesse momento ao telefone com Carl e disse-lhe que achava isso ótimo. Mas, rapidamente, acrescentei que precisava lhe dizer uma coisa para ele passar à filha. Perguntei-lhe se ele tinha à mão um pedaço de papel e um lápis e pedi-lhe que escrevesse $2 \times 2 = 4...$ e fui em frente. Disse-lhe que ligasse imediatamente para a filha e lhe apontasse os erros a evitar, a fim de começar na direção certa. Ele ligou, e o sistema está funcionando muito bem para ambos.”

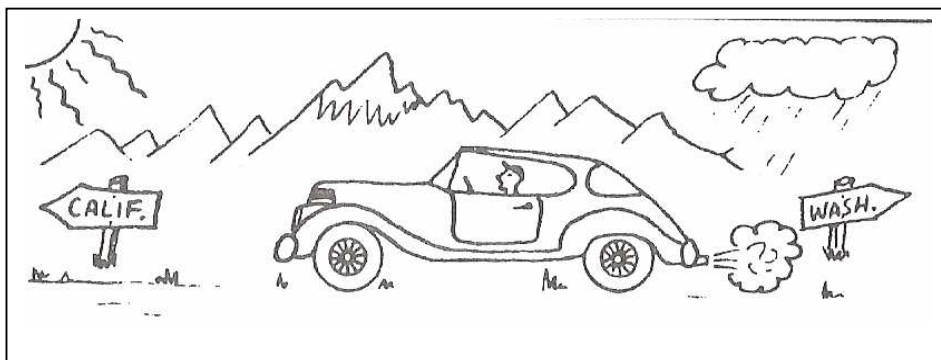
Anotações

CAPÍTULO IV

Apresentação num Guardanapo nº 3 “QUATRO COISAS QUE VOCÊ TEM DE FAZER”

NA PRIMEIRA APRESENTAÇÃO nós lhe falamos sobre algum as coisas QUE DEVE FAZER e, na segunda, sobre outras que NÃO DEVE FAZER, quanto ao trabalho em profundidade em sua organização. Nesta apresentação num guardanapo vamos apresentar quatro coisas que você TEM DE FAZER para ser bem-sucedido em um programa de MMN. Essas quatro coisas são absolutamente INDISPENSÁVEIS.

Todos que estão ganhando US\$100.000 ou US\$200.000 anuais (e mais) no Marketing Multinível, FIZERAM e ESTÃO FAZENDO essas coisas.



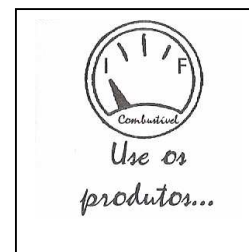
A fim de ajudá-lo a lembrar essas quatro coisas, colocamos os pontos em paralelo com os de um caso que você pode contar a seu pessoal. Eles não só perceberão o paralelo, mas também se lembrarão do que “Têm de fazer”.



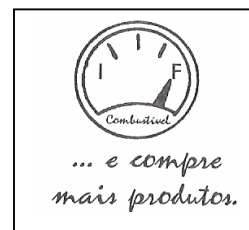
O caso é mais ou menos assim: “Imaginemos que você quer fazer uma viagem de carro com a família, deixando a chuvosa Washington (esse estado não é realmente tão ruim como alguns querem fazer crer), rumo à ensolarada Califórnia. O sol na Califórnia representará a chegada ao auge do programa que você está seguindo. Quando chegar Lá, você obteve SUCESSO— e está NO TOPO!

A PRIMEIRA COISA que você tem de fazer é ENTRAR no carro e DAR PARTIDA. Não há ninguém no MMN que tenha ganhado muito dinheiro sem que tenha dado partida primeiro. O dinheiro necessário para dar partida depende da empresa e do programa que você escolheu como seu “veículo”. A soma pode variar de nada US\$12,50, US\$45, US\$100, US\$200, US\$500 ou mais.

A SEGUNDA COISA que você precisa fazer para começar a viagem é abastecer o carro de GASOLINA e OLEO. Ao viajar para o topo (a Califórnia), você consumirá a gasolina e o óleo (Produtos) e será necessário reabastecer. O MMN funciona melhor com produtos de CONSUMO. Você os consumirá e voltará a comprá-los, e mais uma vez, e... Isso implica dizer que você tem de USAR OS PRODUTOS da empresa que representa, VOCE MESMO.



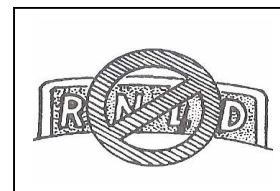
Lembre-se de que mostramos na Apresentação num guardanapo nº1 que, com 780 distribuidores, não importa o programa em que você está, pois terá um volume bastante grande. Você, naturalmente, percebe as vantagens de desenvolver um negócio com um veículo que tem produtos de consumo.



A maioria das empresas de Multinível é dessa categoria. Os produtos não consumíveis são em geral comercializados através de métodos de vendas a varejo ou diretas, embora nem sempre.

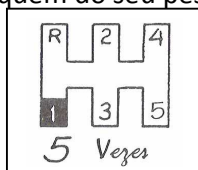
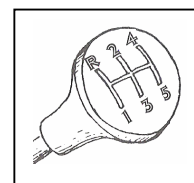
O outro resultado de você mesmo usar os produtos é se tornar muito interessado neles. Em vez de gastar muito dinheiro em publicidade, as empresas de MMN investem seu dinheiro no desenvolvimento dos produtos e, como resultado, têm produtos de qualidade superior aos que são disponíveis em lojas de varejo.

A TERCEIRA COISA que você tem de fazer é passar a QUARTA MARCHA. Claro, você sabe que ninguém começa em QUARTA. Todos nós partimos do PONTO MORTO. Lembre-se: nosso carro não é .hidramático.

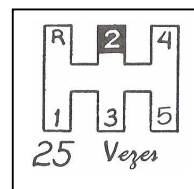


Podemos estar sentados no carro, ainda na entrada da garagem, com a ignição ligada e o motor girando rapidamente, mas se nunca sairmos do ponto morto, jamais chegaremos à Califórnia — ou a qualquer outro lugar, por falar nisso. Para passar a marcha, você tem de patrocinar alguém no negócio.

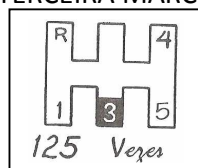
Quando você patrocina alguém, está em PRIMEIRA. Acreditamos que deve passar uma primeira cinco vezes, com cinco pessoas SERIAMENTE interessadas. Em outras Apresentações mostraremos como determinar quem do seu pessoal está realmente interessado.



Você vai querer que essas cinco pessoas passem as marchas TAMBÉM. Você ENSINA como passar a primeira ao patrocinar alguém. Quando cada uma das suas cinco pessoas passar a primeira cinco vezes, você estará na SEGUNDA MARCHA 25 vezes.



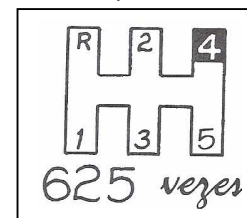
Você ensina a suas cinco pessoas que ensinem às cinco delas a entrar em primeira cinco vezes. Cada uma delas está, nesse momento, 25 vezes na segunda, o que o coloca 125 vezes na TERCEIRA MARCHA. Quando você tem distribuidores de terceiro nível em sua organização, você está na TERCEIRA MARCHA.

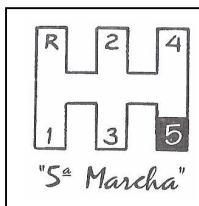


Já notou como seu carro corre mais suavemente na quarta marcha? O mesmo acontece com sua organização! Você a quer na QUARTA MARCHA tão logo seja possível. Quando seus primeiros níveis estiverem em terceira, você estará em QUARTA MARCHA.

Naturalmente, você vai querer que seu pessoal também ande em QUARTA e, quando eles estão, você estará na QUINTA MARCHA.

De que maneira você entrou na QUINTA MARCHA? Simplesmente AJUDANDO A ENSINAR às pessoas que patrocinou a colocar o pessoal delas em TERCEIRA, o que as coloca em quarta e põe você em QUINTA MARCHA





A QUARTA COISA, enquanto você está na sua viagem à Califórnia, é usar o tempo de que dispõe para compartilhar seus produtos com as pessoas que viajam com você. Deixe que experimentem os benefícios dos produtos. Quando elas quiserem saber onde poderão consegui-los... adivinhe o que faz neste ponto. Assim, compartilhe com os amigos. Para várias pessoas esta é a parte de varejo no negócio.

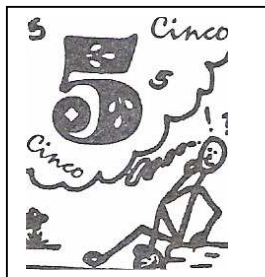
Neste ponto é importante notar que, enquanto passamos pelas Apresentações num guardanapo nº 1 e nº 2, e agora aqui na nº 3, nós lhe dissemos as QUATRO COISAS QUE VOCÊ TEM DE FAZER para obter sucesso. Nem uma única vez lhe dissemos que você tem de SAIR para a rua e VENDER. Dissemos que você não tem de vender os produtos no sentido normal da palavra “vender”. DISSEMOS, SIM, que você tem de COMPARTILHAR os produtos com os amigos.

Pode até mesmo fazer isso com estranhos. Quando perceberem os benefícios dos seus produtos e seu plano de marketing, eles se transformarão em NOVOS AMIGOS.

Você nem mesmo precisa de um grande número de clientes... digamos 10, ou até menos. Se tudo o que conseguiu foram dez clientes.., ei, tudo bem. Isso significa que o item número 4 adiante é uma parte muito pequena. E se eliminarmos o “4” —você ainda poderá chegar à Califórnia fazendo as três primeiras coisas.



NOTE, CONTUDO: Se você não fez o número 3 (entrar em QUARTA MARCHA) e fez um bocado de número 4, você nunca sairá da entrada da garagem. (É isso o que os vendedores fazem.) Uma vez que compreenda isto e ligue-o ao nº 1 e nº 2, você começa a desenvolver a atitude apropriada de MMN.



Começando da estaca zero com seu novo candidato, você quer implantar no subconsciente dele o NÚMERO “5”. Tudo que você precisa fazer é encontrar cinco pessoas sérias que queiram levar o negócio a sério.

Ao encontrar pessoas e lhes perguntar como estão indo, talvez você ouça uma resposta como: “Pô, não consigo encontrar alguém que queira vender.” Aí está essa palavra “vender”, novamente! PARE DE PROCURAR pessoas que querem vender!

PASSE A PROCURAR pessoas que querem ganhar US\$600, US\$1.200 ou US\$1.500 por mês sem ter de “ir trabalhar” todo dia. Você, ou algum deles, conhece alguém assim? Sua resposta, e a deles, como a minha também, será: “Sim, conheço... todo mundo!” Bem, essas são as pessoas com quem você vai querer conversar, porque todos gostariam de receber esta grana todo mês.

Simplesmente observe que poderá dispor de cinco a dez horas por semana do seu tempo de folga para montar um negócio. Mas, em seguida, nós apressamos a perguntar: O que há de errado nisso?”

Há pessoas que ingressam em um programa de MMN e pensam, por algum motivo, que tudo vai acontecer simplesmente porque se registraram. Nada disso! Lembre-se, o carro que estamos dirigindo à Califórnia NÃO É HIDRAMÁTICO.

Eu conheço, e você certamente também, indivíduos que fizeram faculdade para obter um diploma, e nada há de errado nisso. Você talvez seja um deles. Vai para a escola todo dia, estuda o dia inteiro e metade da noite, semana após semana, durante ANOS. E quando se formar finalmente, quanto consegue ganhar?

Então dedique cinco a dez horas por semana para APRENDER as Dez apresentações num guardanapo e tudo mais que puder sobre a empresa de MMN que você representa. Quando você aprende e compreende as apresentações num guardanapo, poderá ensiná-las a outras pessoas. O livro que você está lendo é a sua chave hoje para o sucesso amanhã.

Não queremos que você fique tenso, pensando que não pode ensinar a alguém o que está aprendendo aqui. Claro, esta talvez seja a primeira vez que você leu ou ouviu algo sobre esses conceitos, e não podemos realmente esperar que conheça tudo o suficiente para ensinar. Mas, também, VOCÊ NÃO TEM DE FAZER ISSO!

Lembre-se: para ingressar em um programa de Marketing Multinível, você vai precisar de um PATROCINADOR. Se ele for um “patrocinador” AUTÊNTICO, ele o ajudará com os seus cinco primeiros patrocinados. Observe: É um RELACIONAMENTO DE AJUDA. No processo de fazer as apresentações num guardanapo aos amigos em reuniões (pessoalmente ou em grupos), o patrocinador está treinando você também.

Como sugestão, pedimos que estabeleça alguma meta para si mesmo. Quando tiver vencido cerca de 20% de seu programa, você deve CONHECER e COMPREENDER as dez APRESENTAÇÕES NUM GUARDANAPO. Quando tiver percorrido 75% do caminho, deve estar em condições de ENSINAR a outras pessoas. Quando está no topo, ou perto, você poderá ENSINAR a seu pessoal a ENSINAR a outras pessoas. É algo benéfico que você pode CONQUISTAR em um período de tempo relativamente curto.

Você pode sentar-se, ler e estudar este livro quantas vezes quiser. Se lhe fosse dado um “dever” como esse, e você passasse e repassasse o material cinco, seis ou mesmo dez vezes, dentro de um ano, a partir de agora, você poderia estar ganhando US\$2.000, US\$3.000, US\$4.000, ou US\$6.000 POR MÊS. Vale ou não a pena investir nisso cinco ou seis horas por semana?

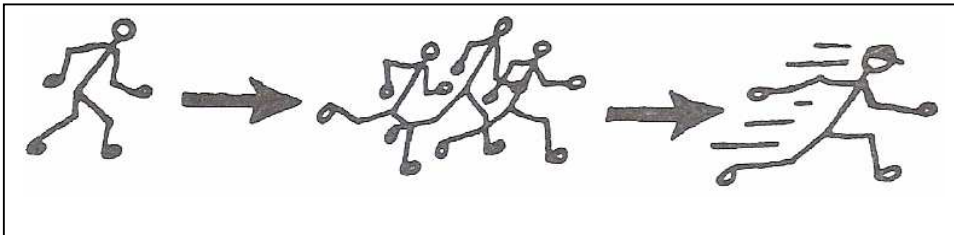
Bem, você tem de admitir que se trata de uma ótima maneira de “ir para a escola”, certo? Dê uma olhada em alguns desses livros da faculdade, e imagine tentando aprender o que eles contêm; eles não vão lhe gerar dinheiro nesse nível!

Bem-vindo à Universidade MMN!

Apresentação num Guardanapo nº 5
CAVANDO ATÉ O LEITO ROCHOSO

Desânimo é um dos problemas que pode afligir um novo distribuidor que você patrocinou, se não conseguiu impressioná-lo sobre a importância de obter uma VANTAGEM INICIAL. É esse o motivo por que frisamos que ele NÃO DEVE COMEÇAR A CONTAR os meses em que está no negócio até que tenha passado por seu MÊS DE TREINAMENTO ou período de treinamento pelo tempo que for necessário.

Ao ingressar em uma organização de MMN, ele poderá querer, sem uma VANTAGEM INICIAL, olhar para os líderes que correm lá na frente, e com isso ficar desanimado ou pensar que nunca poderá alcançá-los.



Faça um desenho de um grupo de corredores. Note as setas que mostram um corredor tentando emparelhar-se com o grupo — e um corredor que corre ainda mais RÁPIDO, tentando permanecer à frente dos outros. (Talvez você ache mais simples desenhar círculos para ilustrar esse ponto.) Lembra-se do tempo em que estava fazendo educação física na escola e correndo “voltas”? Pessoas correm mais rápido para permanecer à frente de um grupo do que para emparelhar-se com ele. Já que não há uma “linha de chegada” nessa corrida, todos podem ser vencedores. No meu escritório, tenho uma citação de uma frase de meu pastor que diz:

“OS ÚNICOS PERDEDORES SÃO OS QUE DESISTEM”.

Entretanto, para fazer uma boa corrida, temos de treinar. Quando patrocinar alguém, faça com que ele considere as primeiras duas a três semanas no negócio como o mês de treinamento. O PRÓXIMO mês será o mês da PARTIDA.

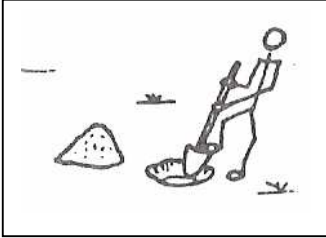
Tudo que ele lê, ouve, as reuniões a que comparece, as conversas com o patrocinador e outras pessoas, os produtos que experimenta, os produtos que distribui — todo esse TREINAMENTO lhe está dando uma VANTAGEM INICIAL no seu MÊS DE PARTIDA no negócio, que é o PRÓXIMO MÊS. Ao chegar esse mês, se ainda ele não estiver pronto para entrar a sério no programa, considere-o ainda no MÊS OU PERÍODO DE TREINAMENTO. Não permita que ele comece a contar os meses, até que esteja pronto para trabalhar a sério. Dessa maneira, quando ele ficar pronto, já estará também “aquecido” para a corrida e poderá começar com uma VANTAGEM INICIAL e realizar uma CORRIDA MAIS RÁPIDA.

Um dos benefícios principais de todas essas apresentações num guardanapo é que, à medida que você as compartilha com seus distribuidores novos e candidatos potenciais, e realiza programas de treinamento, elas tendem a se tornar AUTOMOTIVADORAS. Cada vez que faço a Apresentação “2 x 2 = 4”, fico todo entusiasmado novamente com as possibilidades do MMN.

Tão logo leia, estude e compreenda o que vou lhe apresentar nas páginas seguintes, você se sentirá motivado e estimulado toda vez que vir um novo arranha-céu em

construção.

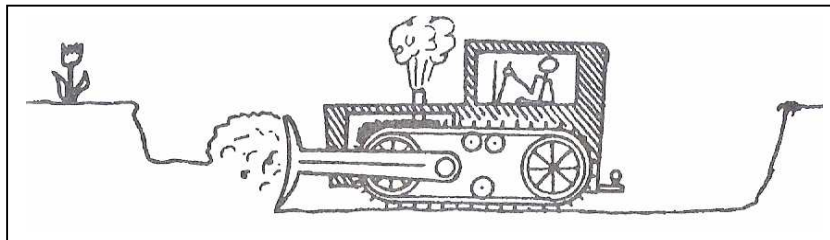
Note que, ao começar, parece que a construção demora meses e meses, que o serviço se arrasta quase que interminavelmente, antes de ver o prédio surgir do chão. Mas logo que passa o nível do chão, parece que ele cresce um andar por semana – que sobe RÁPIDO!



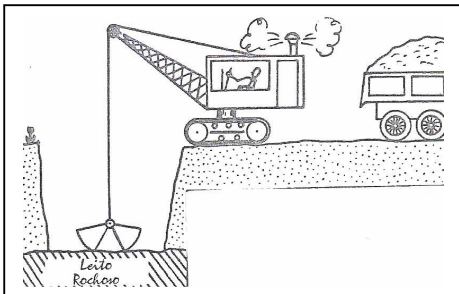
Imagine, portanto, esse arranha-céu como seu negócio ALGUM DIA e pense no que precisará fazer para obter esse resultado.

Quando começa a patrocinar essas cinco primeiras pessoas seriamente interessadas, você está escavando as fundações com PÁ e PICARETA.

Note, porém, que ao escavar até o segundo nível, ensinando a seu pessoal como patrocinar, isto representa 25 pessoas agora no negócio, e você tem de trazer os TRATORES.



Quando você estiver instruindo seu pessoal a ensinar ao pessoal do grupo deles a patrocinar, você está no caminho para o subsolo rochoso e também começando a trabalhar uma ESSCAVADEIRA! Quando começar a ver as 125 pessoas do terceiro nível, você terá chegado ao LEITO ROCHOSO.

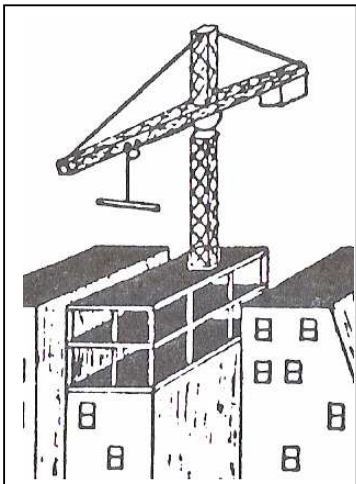


Agora você pode começar a subir. Atingir QUATRO NÍVEIS DE PROFUNDIDADE na sua organização quer dizer que você está começando a se tornar visível” e seu prédio subirá com grande rapidez.

Assim, se você está nesse negócio há vários meses e não vê algo acontecendo, não desanime: acontece simplesmente que as fundações ainda estão sendo construídas. É algo parecido com a experiência do garimpeiro que passou meses e meses escavando uma mina e desistiu quando estava a apenas 15 centímetros do veio principal de ouro.

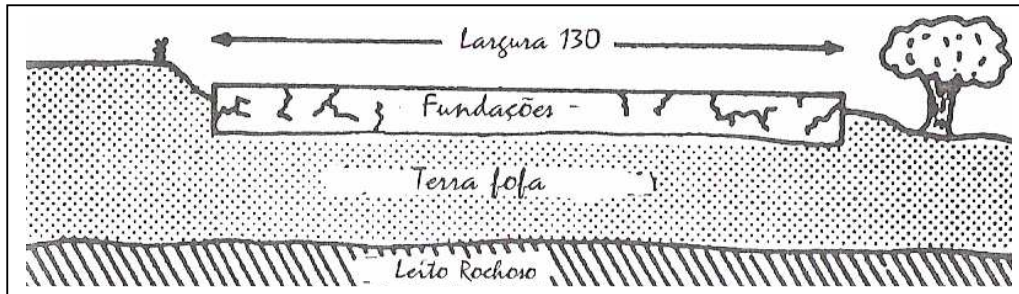
Voltemos aos vendedores. É isso o que acontece com eles. Mudaram de atividade justamente quando estavam prestes a atingir o leito rochoso e começar a ver o prédio subir.

Você realmente não pode esperar resultados visíveis de crescimento autêntico até que esteja em pelo menos quatro níveis de profundidade. Isso não significa, necessariamente,



que você precisa estar em quatro e cinco níveis de profundidade.

Se alguma de suas linhas de produto tiver chegado ao quarto nível, isso significa que você começou a construir os andares e que eles se tornam visíveis.



Esta é uma ilustração das fundações de um indivíduo que patrocina outros 130. Observe que ele não alcançou o solo rochoso, mesmo que cada um dos 130 tenha patrocinado cinco “usuários do produto” “ou compradores no atacado” e que o grupo tenha 780 pessoas. Sem uma fundação sólida assentada no substrato rochoso, o prédio não pode subir muito, pois corre o risco de desabar.

Relacionando tudo isso com a viagem à Califórnia, a pessoa que patrocinou 130 rodou em primeira durante um tempo grande demais. Se todas elas patrocinassem cinco, ela nunca passaria da segunda marcha!

APRENDA essas apresentações num guardanapo e USE-AS! Não vai ficar preso na segunda marcha. Construa suas fundações bem profundas, até o LEITO ROCHOSO, e assim alcançará a QUARTA MARCHA!

Quando CHEGARMOS à apresentação num guardanapo nº 9 (Capítulo X), que trata de Motivação e Atitude, e às outras Apresentações, você compreenderá por que é importante CONSTRUIR FUNDO.

Antes de passar para a Apresentação num guardanapo nº5, quero lembrar que você deve APRESENTAR essas quatro primeiras Apresentações ao seu pessoal TÃO LOGO SEJA POSSÍVEL. As seguintes podem ser apresentadas em qualquer ocasião, depois de o seu pessoal ter começado a patrocinar outras pessoas para o negócio.

Anotações

CAPÍTULO VI

Apresentação num Guardanapo nº 5 “NAVIOS AO MAR”

Você está estabelecido com seu negócio há cerca de uma semana, duas semanas, um mês, ou qualquer que seja o tempo necessário para decidir-se a levar a sério a coisa e começar a CRESCER. A esta altura, você deve ter patrocinado um bom número de pessoas.

É divertido fazer esta apresentação com um grupo, mais do que para uma única pessoa.

Muitos já devem ter ouvido a frase “Quando meu navio chegar... Lembro-me também do pessimista que diz, irreverente: ‘Com a sorte que eu tenho, quando meu navio chegar, estarei na estação de ônibus ou no aeroporto.’”

No Marketing Multinível, você realmente PODE fazer seu navio chegar! Se aprender a aplicar estas Apresentações num guardanapo você estará no cais à espera.

Às vezes pergunto às pessoas se elas têm parentes, de quem não ouviram falar há muito tempo, que vão falecer e lhes vão deixar heranças grandes. Na verdade, não há grande possibilidade de que aconteça. à maioria das pessoas. Elas realmente não têm muita chance de que seu navio chegue algum dia. Entretanto, em Marketing Multinível, elas PODEM ter essa oportunidade.

Esta é apenas uma das razões por que me sinto ENTUSIASMADO com o MMN. Quando você está lá fora conversando com as pessoas, pode lhes dar ESPERANÇA — a esperança de que elas não terão de passar os próximos 30 a 40 anos trabalhando para empresas, para que possam receber suas pensões e aposentar-se. Você já observou como pessoas que trabalham 30 ou 40 anos para poder aposentar-se e “conhecer o mundo” agora estão tentando viver com a metade da sua renda anterior?

O MARKETING MULTINÍVEL dá realmente a essas pessoas a oportunidade de ver seus sonhos transformados em realidade, e elas não têm de esperar ou trabalhar 30 ou 40 anos para isso.

A maioria das pessoas tem medo de tentar iniciar e construir um negócio próprio. O MMN lhes dá a oportunidade, sem interferir como seus atuais meios de sustento, de envolver e de experimentar.

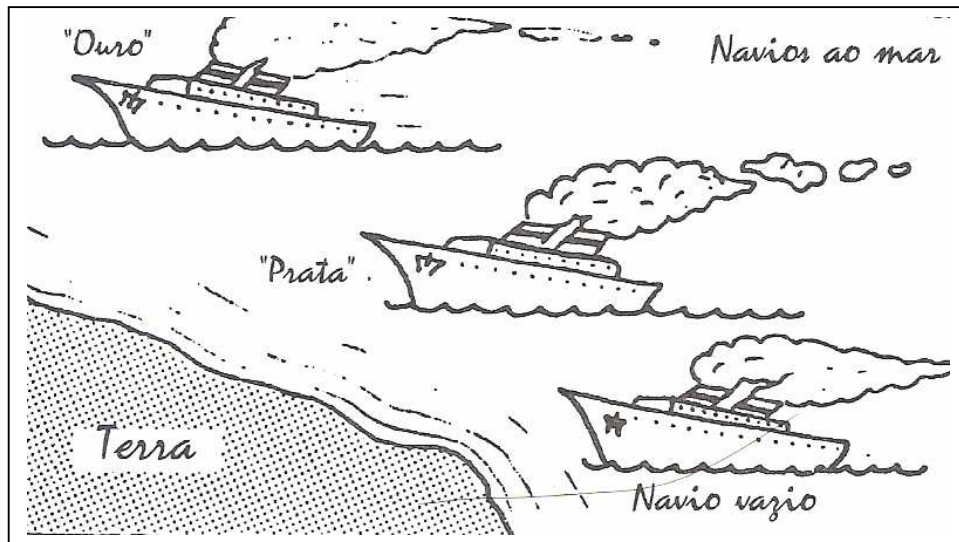
O que vamos apresentar agora é COMO você pode fazer seu NAVIO CHEGAR. Isto seria representado pela sua chegada ao topo de qualquer organização de Marketing Multinível com a qual esteja envolvido.

Quando o navio chegar, você vai poder “converter em dinheiro” qualquer carga que ele transporte.

O que fazemos, ao apresentar essa analogia a alguém, é lançar três navios ao mar. De um lado, ou na parte inferior do seu guardanapo, você pode desenhar a “beira-mar” — isto é, o lugar onde está esperando para seu navio chegar.

Marque o primeiro navio “OURO”, o segundo “PRATA”, e o terceiro “VAZIO”.

Os navios representam as pessoas na sua organização, quer você as tenha patrocinado diretamente ou não. Elas podem estar em qualquer nível na(s) linha(s) de patrocínio abaixo de você.



Sabendo que vai “converter a carga em dinheiro” quando o NAVIO chegar, com qual dos navios você vai trabalhar para ajudá-lo a chegar à terra? Você respondeu: “O navio de ‘OURO’”? Claro! Se é assim, por que tanta gente parece querer trabalhar com o navio vazio? Por que a maioria das pessoas nunca foi envolvida, anteriormente, com algo parecido como isto.

O paralelo é este: Os NAVIOS “VAZIOS” são os indivíduos, tipo vendedores, que elas patrocinaram e que deixaram que trabalhassem sozinhos, achando que eles não precisavam de nenhuma ajuda ou direção — que iam simplesmente correr com a bola e realmente produzir. Talvez isso pudesse acontecer—mas provavelmente não —, não sem as chaves para o sucesso, de construir em profundidade, e não em amplitude.

Os navios VAZIOS são os que estão no programa há vários meses e aos quais você ainda precisa convencer, todas as vezes em que os encontrar, de que a idéia FUNCIONARÁ. Eles tendem a ser um tanto negativos e se desanimam facilmente.

A maioria das pessoas trabalhará com o navio vazio — ATÉ que toma conhecimento desta apresentação. Quando a compreende, começa a trabalhar com os navios de “OURO”.

Quando você patrocina alguém no negócio, ele entra como um NAVIO DE PRATA. É determinado, basicamente, pela forma que VOCÊ trabalha com ele se a carga se transformar em OURO ou o navio ficar VAZIO.

Quando, na primeira apresentação, falamos em cinco PESSOAS SERIAMENTE INTERESSADAS, estávamos falando em CINCO NAVIOS DE OURO. Em palavras simples, quanto mais navios de prata você tiver que se transformem em navios de ouro, menos você terá de patrocinar para conseguir suas cinco pessoas seriamente interessadas.

Vejamos como você pode identificar um NAVIO DE OURO ou PESSOA SERIAMENTE INTERESSADA.

1. Ela está ANSIOSA para APRENDER. Liga para você toda hora com muitas perguntas, querendo respostas.
2. PEDE AJUDA. Quer que você encontre, com ela, alguém que pretende patrocinar ou treinar.
3. Está ANIMADA COM O NEGÓCIO. Conhece o suficiente do programa para saber que

funcionará, e isso a deixa entusiasmada!

4. Está assumindo um COMPROMISSO. Está comprando e USANDO OS PRODUTOS e empregando seu tempo de folga Para aprender tudo que puder sobre os produtos e as oportunidades do negócio.

5. Tem METAS. Metas ajudam uma pessoa a conseguir o que ela realmente quer. Não é necessário colocá-las no papel (mas não faz mal nenhum), desde que a pessoa tenha algumas coisas definitivas em mente, as quais tem um desejo ardente de conseguir.

6. Ela tem uma LISTA DE NOMES. A lista é POSTA NO PAPEL. A razão para escrevê-la é simples: pode acrescentar um :nome em qualquer ocasião, e não o esquecerá. Você pode estar dirigindo em uma área que não visita já há algum tempo. O simples fato de estar no local lhe trará à memória alguém que mora por ali, ou morava. Uma vez que você SEMPRE (certo?) anda com sua lista de nomes, pode imediatamente acrescentar o nome dessa pessoa à lista. Dias depois, quando estiver pensando em ligar para alguém, pode dar uma olhada na lista e, olhe só, lá está aquele nome! Se não o tivesse escrito quando pensou, nele poderia tê-lo esquecido inteiramente.

7. A companhia dela é AGRADÁVEL. Ela o espera com prazer, seja a visita de negócios ou social.

8. Ela é POSITIVA. Todos nós gostamos de estar com pessoas que pensam POSITIVO ao nosso redor — é contagioso!

A Lista poderia continuar indefinidamente sobre a identificação de um “navio de ouro”.

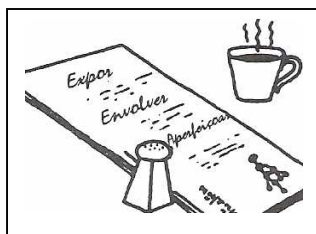
Basicamente, a única diferença entre um navio de PRATA e um de OURO é que o primeiro não está no negócio por tempo suficiente para compreendê-lo a ponto de interessar-se seriamente por ele.

Quero que você se torne consciente de TRÊS PALAVRAS IMPORTANTES. Se você somente compreender estas três palavras, compreenderá tudo que faz com que funcionem todos os programas de MMN. As palavras são:

Nº 1— EXPOR

Nº 2— ENVOLVER

Nº 3— APERFEIÇOAR



A primeira coisa que você tem de fazer é EXPOR a pessoa ao negócio que você está fazendo. Uma vez exposto seu negócio, ENVOLVA a pessoa. Uma vez envolvida, ela estará pensando em até onde poderá ir no programa e será APERFEIÇOADA sempre.

EXPONHA a pessoa ao Marketing Multinível, explicando-lhe os vários métodos (Varejo, Vendas Diretas, MMN) de distribuir produtos e faça para ela a Apresentação num guardanapo no 1, a do “Dois vezes dois é igual a quatro” (Capítulo II).

ENVOLVA a pessoa. Leve-a em uma viagem à Califórnia através da Apresentação num guardanapo nº 3 (Capítulo IV).

APERFEIÇOAMENTO será uma coisa natural logo que ela compreender e utilizar todas as dez apresentações num gurdanapo e fixar seus olhos no topo.

Quando telefonar ou visitar seu pessoal, é muito import nte que eles compreendam que você faz isso porque QUER AJUDA-LOS e não porque quer PRESSIONÁ-LOS.

Voltando ao indivíduo tipo navio VAZIO: quando liga para ele porque quer ajudá-lo, você fica com a impressão de que ele não está exatamente entusiasmado com sua chamada. Esta é uma indicação muito boa de que ele pensa que você está sendo “agressivo” ou “enchendo-lhe a paciência”. Quando liga para “navios vazios”, eles acham que você os está pressionando.

Por outro lado, quando telefona para um tipo navio de ouro, ele simplesmente acha que você está ligando porque quer ajudar, e você notará esse fato no tom de voz na conversa.

“Navios vazios” não têm metas, não têm uma lista de nomes, definitivamente não estão interessados e, além disso, são em geral um tanto negativos. São o tipo de pessoas a quem você tem de estar provando coisas o tempo todo.

Compreenda que, quando o navio vazio afunda, ele afunda sozinho, ou, na eventualidade de você estar trabalhando com ele, pode arrastá-lo para o fundo. É por isso que tentamos treinar nosso pessoal para ficar distantes dos navios vazios e trabalhar com os navios de ouro, ou com os de prata para ajudá-los a se transformar em navios de ouro. Passe a maior parte de seu tempo trabalhando com os navios de ouro para desenvolver suas próprias organizações em níveis sucessivos.

De repente, os navios vazios que não afundaram (isto é, desistiram do programa) e os de prata que ainda não se converteram nos de ouro verão você prosseguindo sem eles, e é bem possível que o chamem. Se a atitude de uma pessoa em relação ao negócio é para o fundo, tentar detê-la a caminho é quase que impossível — e você terá praticamente que deixar que ela chegue lá.

Em seguida, quando ela estiver pronta e TELEFONAR para você, querendo reunir-se com você, desejando recomeçar a trabalhar e crescer, você poderá puxá-la rapidamente do fundo. Mas se tentar trazê-la para a superfície enquanto ela está afundando (isto é, trabalhar com um navio que afunda, e ainda mais, vazio), é bem possível que você também seja arrastado para o fundo.

Esta é uma forma agradável de comunicar-se com seus distribuidores. Quando se reunirem, você pode lhes perguntar como é que estão se saindo com seus navios: quantos de ouro quantos de prata? etc.

AQUI UM PONTO IMPORTANTE: NUNCA, JAMAIS, Ligue para um novo distribuidor e lhe pergunte QUANTO ELE VENDEU na semana passada! Se fizer isso, vai invalidar totalmente tudo que lhe ensinou, porque você lhe disse desde o começo que ele não tinha de sair e VENDER.

Ele simplesmente vai COMPARTILHAR com os amigos, PATROCINÁ-LOS e CONSTRUIR uma organização.

Se lhe perguntar quanto vendeu, sua primeira reação será pensar que você está interessado apenas em saber quanto dinheiro vai ganhar à custa dele — e provavelmente estará pensando certo.

O dinheiro chegará automaticamente, se você procurar, em primeiro Lugar, AJUDAR SEU PESSOAL A TER SUCESSO. Zig Ziglar diz da seguinte forma: “Você pode ter qualquer coisa que quiser no mundo simplesmente AJUDANDO um número suficiente de OUTRAS PESSOAS a conseguir o que elas querem.”

Quando quiser conversar com alguém na sua organização que patrocinou diretamente,

ligue, quando possível, para alguém abaixo dele na linha e bata um papo para saber se há alguém a quem você possa apresentá-lo ou com quem queira conversar. Em seguida, pode ligar para a pessoa do primeiro nível com quem inicialmente queria conversar, e a primeira coisa que deve dizer é que acabou de conversar com um dos distribuidores dela, que está entusiasmado, e que você vai reunir-se com eles dois.

Demonstre a seu pessoal que, quando liga para eles, você está querendo AJUDÁ-LOS, e não “fiscalizá-los”.

“Fiscalizar” o pessoal deles é trabalho do Gerente de venda da empresa de Vendas Diretas, não seu. Não estamos em Venda Diretas — estamos em Marketing Multinível. A esta altura, você deve conhecer a diferença.

Para fechar esta Apresentação, observamos que você, leitor, NÃO é um navio “vazio”. Se fosse, provavelmente não estaria lendo este livro. Se achava que era antes de começar a ler, ao chegar a este ponto já é provavelmente ouro ou, pelo menos, “prata”, bem adiantado no caminho para se tornar um NAVIO DE OURO. Continue assim!

Anotações

CAPÍTULO VII

Apresentação num Guardanapo nº 6 CONVITE A TERCEIROS

Identificar distribuidores potenciais é o tema desta apresentação, que, na realidade, está ligada à Apresentação “Navios ao mar”. Em palavras mais simples, vamos chamar a prospecção de distribuidores de CONVITE A TERCEIROS. É importante que todo seu pessoal saiba o que é um CONVITE A TERCEIROS e como fazê-lo.

Explicação: se eu não conheço Carol, NÃO vou procurá-la e perguntar se ela está interessada em ganhar uma renda adicional. A razão pela qual não faço isso é que, mesmo que Carol quisesse (ou precisasse) ganhar uma renda adicional, ela provavelmente desejaria que eu pensasse que está indo bem financeiramente, e responderia: “Não, não estou interessada.”

O que eu FAÇO é procurar Carol e dizer alguma coisa assim: “Carol, eu comecei um negócio novo e interessante, e talvez você possa me ajudar. Você, por acaso, CONHECE ALGUÉM que esteja interessado em ganhar uma renda adicional?” (ou ‘Está interessada em entrar num segundo negócio?’)

Repare que estou falando em “Terceiros” — QUALQUER PESSOA. Estou perguntando a ela se CONHECE ALGUÉM.

Experimente um pouco essa técnica. Pergunte às próximas dez pessoas que encontrar (atendente de posto de gasolina, dono de armazém, barbeiro, faxineiro etc.) se CONHECEM ALGUÉM que gostaria de ganhar uma renda adicional — apenas para ver a reação delas. Suas respostas ensinarão alguma coisa a você.

Na maioria das vezes, a resposta será: “De que se trata?”. O motivo por que a pessoa pergunta isso é que a pessoa que ELA CONHECE e que gostaria de ganhar uma renda adicional é ELA MESMA. Ela quer simplesmente saber um pouco mais sobre o assunto para tomar uma decisão.

Quando responder a “De que se trata?”, não procure conquistá-la pela curiosidade. Algumas pessoas ficam ofendidas com a idéia de serem arrastadas para a casa de alguém para ficar uma hora e meia assistindo a uma apresentação quando não têm idéia da finalidade. (Algumas empresas treinam seu pessoal para nada dizer.) Sua resposta, quando ela perguntar de que se trata, deve ser: “Já ouviu falar em Marketing Multinível?” Ela responderá “Sim” ou “Não”. Se responder “Sim”, pergunte o que sabe sobre esse assunto. Inicie uma discussão geral sobre MMN. (Consulte o Capítulo 1 — Introdução ao MMN.) Destaque algumas das características e benefícios de trabalhar no Marketing Multinível em geral.

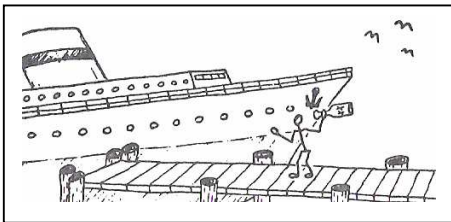
A partir daí, convide-a para reunir-se com você (se ela ainda estiver interessada) para dar uma olhada no PROGRAMA ESPECÍFICO em que você está envolvido. Explique que precisará de uma hora, mais ou menos, para contar a ela TUDO sobre o assunto. Não tente “enfiar-lhe pela goela” o programa em uma esquina ou quando ela deve estar trabalhando. Sem contar TODA A HISTÓRIA, você estaria simplesmente deixando-a confusa, com informações desordenadas o suficiente para que ela dissesse “Não” e insuficientes para que dissesse “Sim”

Se você fizer o treinamento de seu pessoal da maneira aqui explicada, não terá de fazer prospecção. No processo de ajudar as pessoas que trouxe ao negócio, vai conhecer outras com quem poderá conversar. E quando isso acontecer, vai querer falar com elas sobre o Marketing Multinível, de modo a lhes permitir apresentar seu programa. A maioria tem medo de fazer isso. E o medo tem origem na idéia de que essas pessoas responderão “Não”. Isso é chamado de “MEDO DE REJEIÇÃO”.

Um bom exemplo disso seria uma dança na escola secundária. Um rapaz está no primeiro baile de sua vida. Cruza a sala, convida uma moça para dançar, e ela responde “Não”. Ele se vira, REJEITADO, volta e nunca mais convida uma moça para dançar. E vai jurar de pés juntos que todo mundo na sala VIU quando ele foi rejeitado. E ninguém gosta de ser rejeitado.

Outro rapaz, convidará uma moça para dançar e, se ela disser ‘Não’, convidará a próxima, e a próxima... e esse acabará dançando a noite toda.

Para VENCER o Medo de Rejeição, você tem de aprender a enganar sua mente, de modo



a conseguir conversar com mais pessoas. Para fazer isso, imagine-se num cais. Lembre-se, se você está esperando a chegada de SEU navio, você já deve ter lançado ao mar um ou mais.

Você terá de LANÇAR alguns navios ao mar. Se lançou apenas um, e se ele voltou vazio, que proveito você tirou da “chegada” dele?

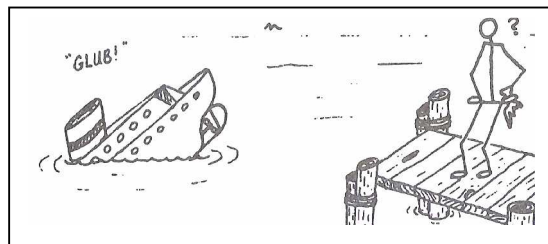
Quanto mais navios lançar, maior a probabilidade de que voltem carregados de OURO. E é com os que trazem o OURO que você deve trabalhar.

A maioria das pessoas jamais lançou um navio ao mar, de modo que não há no seu subconsciente qualquer coisa que possa prejudicá-lo. Observe a rampa de lançamento. Quando perguntou a alguém se CONHECIA ALGUÉM que gostaria de ganhar uma renda adicional, você acabara de lançar um navio. Se a pessoa responde “Não, não conheço ninguém”, você pode dizer: “Tudo bem. Se por acaso vier a conhecer alguém, poderia me fazer o favor de lhe dizer que me telefone?” (Neste momento, dê-lhe seu cartão de visita.) Assim você não foi rejeitado.

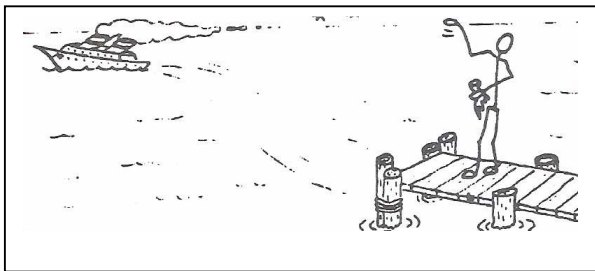
Ao lançar um navio ao mar, terá apenas dois resultados possíveis. Ele ou FLUTUA ou AFUNDA.

Se AFUNDA, e daí? Você está no cais!

Se FLUTUA, Ótimo! Despache-o e ajude-o a transformar-se em um navio carregado de ouro.



Depois de fazer as apresentações num guardanapo nº5 e nº6, as pessoas vão lhe dizer que pensam em virar “ouro”.



O motivo por que dizem isso é que você acabou de lhes dizer que só trabalha com NAVIOS DE OURO, e ELAS QUEREM QUE VOCÊ TRABALHE COM ELAS. Aproveite o convite que elas lhe fazem — e você se beneficiará também!

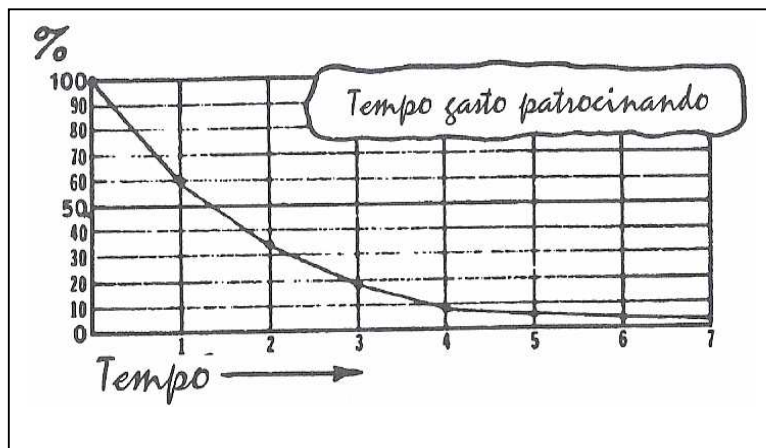
CAPÍTULO VIII

Apresentação num Guardanapo nº 7 ONDE GASTAR SEU TEMPO

O quadro a seguir mostra graficamente onde você deve estar gastando seu tempo. Basicamente, no início, 100% de seu tempo deve ser gasto patrocinando pessoas.

“Mas”, perguntará você, “eu não deveria gastar meu tempo aprendendo, já que as primeiras semanas devem ser meu MÊS DE TREINAMENTO?” Você tem razão. Mas, Lembre-se, o trabalho de seu patrocinador, ajudando-o a patrocinar outras pessoas, FAZ parte de seu treinamento. Mesmo que seu patrocinador faça o “trabalho”, VOCÊ ainda obtém o crédito por ser o patrocinador.

Nos programas de MMN você pode patrocinar alguém no negócio tão Logo você mesmo seja patrocinado.



Quando você entrar no MMN inicialmente, seu negócio é VOCÊ. Se desejar que ele tenha sucesso, sabe agora que tem de achar cinco PESSOAS SERIAMENTE INTERESSADAS para patrocinar. E talvez tenha de patrocinar mais de cinco para encontrar cinco que queiram levar a coisa a sério.

Com a passagem do tempo, diminui a quantidade de tempo que você gasta patrocinando candidatos. Por quê? Porque, de repente, você descobre uma pessoa seriamente interessada.... então duas pessoas.... então três..., quatro... e. quando chega a cinco, pode deixar de gastar tempo, procurando mais gente para patrocinar. Gaste seu tempo ENSINANDO a esses cinco “Navios de Ouro” como patrocinar. Ensine a eles, também, como ensinar ao pessoal deles como patrocinar. Quando eles descerem três ou quatro níveis no desenvolvimento de seus próprios grupos, e não precisarem mais de você, então poderá voltar a procurar outra pessoa seriamente interessada para patrocinar, e substituir os primeiros.

Quando contar com cinco pessoas seriamente interessadas, deve estar investindo 95% de seu tempo trabalhando com elas, 2,5% atendendo os clientes que conseguiu com os amigos, e 2,5% do tempo “plantando sementes”. Dessa maneira, quando uma ou mais de suas cinco pessoas seriamente interessadas forem “colhidas”, e não precisarem mais ser “regadas e cultivadas”, você pode passar a trabalhar com as “sementes” que plantou e a ajudá-las a “brotar”.

Você deve estar ciente de que em 100% do tempo você está distribuindo produto. Este é o resultado natural de trabalhar com seu pessoal. Esta é a parte de “vendas” do negócio, que gostamos de chamar de “COMPARTILHAR”.

CAPÍTULO IX

Apresentação num Guardanapo nº 8 O CHIADO NA FRIGIDEIRA VENDE O BIFE

Outro título que às vezes damos a essa Apresentação é “A fogueira”. Estou pressupondo que você já acampou. Deve ter observado que, se separa os pedaços de lenha uns dos outros, o fogo apaga. Se voltar a juntá-los, o fogo volta a queimar. Assim, se tem UM ÚNICO PEDAÇO DE LENHA, não tem NADA.

Se tiver DOIS PEDAÇOS, terá uma CHAMA. Se colocar TRÊS PEDAÇOS juntos, você terá um FOGO. E quando reúne QUATRO PEDAÇOS, você terá uma FOGUEIRA!!

Pessoas são semelhantes. Na próxima ocasião em que você e seu patrocinador forem encontrar alguém, em um restaurante, por exemplo, e caso chegue primeiro (e fique lá sozinho), observe quanta ENERGIA há (ou NÃO há) em volta da mesa.

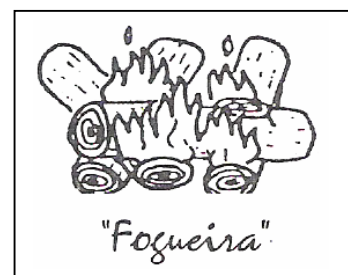
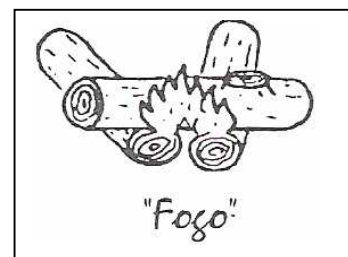
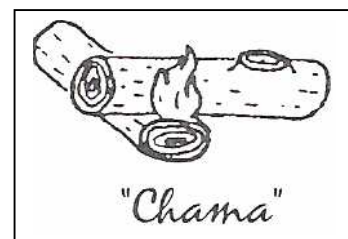
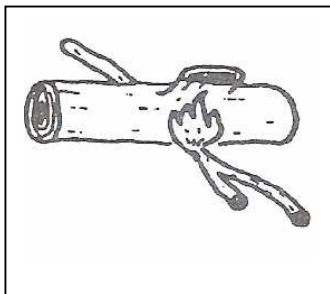
Observe que quando seu patrocinador chega e vocês agora são dois, há MUITO MAIS ENERGIA.

Vocês estão ali à espera de alguém, e quando essa pessoa chega, AUMENTA AINDA MAIS A ENERGIA.

Se você trazer para uma “Sessão de Chiado” uma pessoa um tanto cética (um pedaço de lenha “molhada”) e aproximá-la da fogueira, ela secará logo e se tornará parte do fogo.

Então, o que acontece se você, estando sozinho e sendo novo no negócio, conversa com um cético? Isso equivale a colocar um pedaço de lenha molhada em cima de nada.

Digamos que você é um graveto, mal começando no negócio. Seu patrocinador, que está nisso há mais tempo, é um pedaço de LENHA. Um pedaço de LENHA e um GRAVETO podem se transformar em CHAMA. O simples fato de ter alguém com você pode fazer uma diferença. Proporcionará ao seu patrocinador alguém que poderá usar para expor outras pessoas a sua conversa. Eu posso querer que Joe receba uma mensagem, e se estou conversando diretamente com ele, ele talvez não “escute” realmente o que estou dizendo.



Mas, se estou conversando com Carol, sabendo que Joe está escutando... e impressionante como as pessoas tiram mais de conversas que “escutam” do que de alguém que está falando diretamente com elas.

Mas há outra coisa sobre FOGUEIRAS em um restaurante: elas se tornam energéticas para valer! Há certo tipo de pessoas (denominadas “abelhudas”) que podem estar escutando disfarçadamente nossa conversa.

Você pode identificá-las, inclinando-se para trás, tentando ouvir mais... etc. FIQUE ATENTO porque algumas delas estarão MUITO interessadas. Quando tiver terminado a Sessão de Chiado e o grupo começar a dissolver-se — FIQUE POR ALI durante mais alguns minutos. Dê-lhes a oportunidade de procurar conversa com você. Elas não virão para a mesa quando vocês são quatro, mas podem se aproximar se você estiver sozinho.

Sempre iniciamos a sessão de “fogueira” pedindo às pessoas, à medida que chegam, que digam alguma coisa positiva sobre o que aconteceu com os produtos ou com a sua organização. Enquanto estamos lá, procuramos falar somente sobre nosso negócio. Não tentamos resolver a crise do Oriente Médio ou algum dos problemas do mundo. NÓS estamos ali para compartilhar idéias sobre como construir nosso negócio e como conversar com outras pessoas sobre ele.

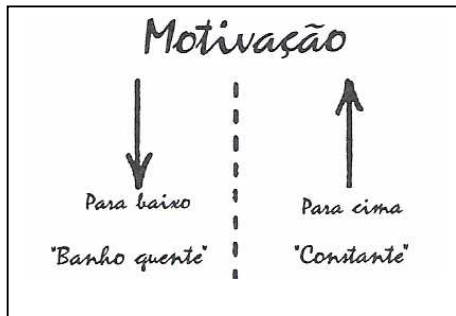
Sempre encerramos nossas sessões com uma palavra de despedida, algo mais ou menos assim: “Imaginem só! Essa é a coisa mais trabalhosa que jamais faremos!” Tal despedida acaba por se tornar um pouco contagiante, especialmente se você atrai para seu grupo pessoas que ainda mantêm seu trabalho anterior no horário comercial e têm de ir embora porque “acabou a hora do almoço”. Quando elas estiverem saindo para voltar ao trabalho, você poderá dizer: “A gente se vê, Nick, mas, lembre-se...” E ele poderá interrompê-lo com: “isso mesmo, eu sei. Essa é a coisa mais trabalhosa que jamais farei na vida.” Nick se sentirá motivado a apressar-se e chegar àquela mesma posição.

Anotações

CAPÍTULO X

Apresentação num Guardanapo nº 9 MOTIVAÇÃO E ATITUDE

Uma das apresentações num guardanapo mais importante é esta sobre MOTIVAÇÃO. Ela lhe proporcionará uma compreensão excelente daquilo que motiva as pessoas. Você aprenderá como trabalhar com seu pessoal a fim de motivá-lo.



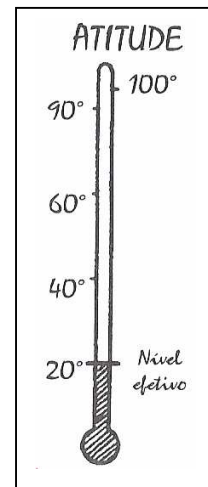
Comece escrevendo a palavra “MOTIVAÇÃO” no alto do guardanapo ou no quadro. Em seguida, desenhe duas setas — uma apontando para baixo; e a outra, para cima. Explique que há dois tipos de motivação: PARA BAIXO e PARA CIMA. A MOTIVAÇÃO PARA BAIXO é o que chamamos de “banho quente”, enquanto a PARA CIMA é constante.

Vou explicar. Muitos de vocês, talvez a maioria, já participaram de um desses encontros motivacionais, entusiasmaram-se e ansiaram por vestir a camisa e voltar (novamente) ao seu programa. Mas, geralmente, dentro de umas duas semanas ou meses, descobriram que a coisa tinha esfriado mais uma vez. Quando você toma um banho quente, parece que quanto mais alta for a temperatura, mais rapidamente seu corpo esfria.

Já vi pessoas que participaram de reuniões de motivação que duram até três dias — e então, duas semanas depois da volta para casa, descobriram que estavam inteiramente deprimidas. Por quê? Durante três dias elas ficam superexcitadas, realmente motivadas — mas ninguém lhes diz O QUE fazer e/ou COMO FAZER! Por isso que elas entram na fossa.

Até mesmo ler este livro é um “banho quente”. (Passarei para a MOTIVAÇÃO PARA CIMA daqui a pouco.) Comparecer a seminários, reunir-se com seu patrocinador, ler um livro, vender alguns produtos, obter mais conhecimentos — tudo isso são motivações do tipo banho quente, ou para baixo. Isso não quer dizer que sejam ruins — pois são necessárias.

Mas antes de falar em MOTIVAÇÃO PARA CIMA, quero falar sobre atitude. Imagine que vai conversar com alguém sobre seu negócio. A pessoa nada sabe sobre o assunto e assim seu nível de atitude é zero. Digamos que, para ser eficaz na conversa com ela sobre o negócio, você precisa de um nível de atitude de vinte graus. Se seu nível de atitude fica aquém de vinte graus, não fale com ninguém, porque vai puxá-lo para baixo.

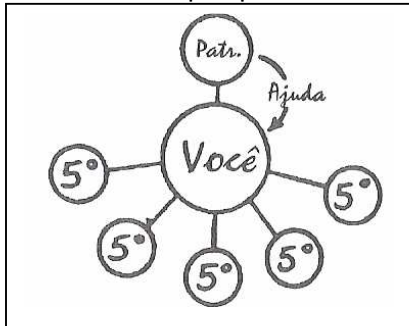


A pessoa que você quer patrocinar veio à sua apresentação. Assinou o formulário de inscrição. Quer começar —, e, uau!, como ela está animada com o negócio! O nível dela chegou a trinta graus — ela vai ficar RICA! Antes de poder aprender alguma coisa, ela sai e começa a conversar com outras pessoas. Já que não sabe, realmente, o que fazer quando encontra um sujeito cético e negativo, ela mesma se torna negativa. Negativa até mesmo com o que ouve de parentes e amigos bem-intencionados, que podem ter ficado

desiludidos ao ser “registrados” por alguém que somente queria “se enriquecer” à custa deles, e não por alguém que estava querendo ou era capaz de ajudá-los a construir um negócio — com o compromisso de ajudar outras pessoas antes de ajudar a si mesmo.

O que acontece é que ela cai para um nível abaixo de vinte graus. Você volta a se reunir com ela, responde às objeções e perguntas que possa querer fazer, e ela volta a subir, talvez para trinta graus. Desta vez, ela permanecerá nesse nível por mais algum tempo antes de cair, novamente, abaixo de vinte graus no seu nível de atitude.

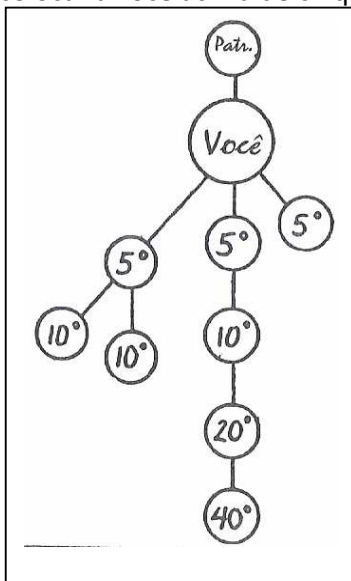
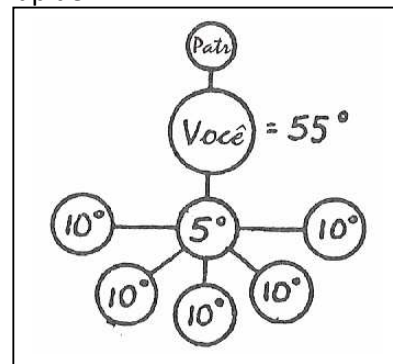
A PERGUNTA: O que você acha de ficar O TEMPO TODO em um nível de vinte graus? Em outras palavras, você não sobe e desce como um IOIÔ, e o que quer mesmo é ser CONSTANTE. E a única maneira que conhecemos de lhe proporcionar isso é a MOTIVAÇÃO PARA CIMA — porque a MOTIVAÇÃO PARA CIMA é CONSTANTE.



A MOTIVAÇÃO PARA CIMA é o seguinte: Você tem um patrocinador. Ele o ajudará a patrocinar pessoas NO SEU GRUPO. Começamos com cinco. Observe que quando patrocina cinco pessoas, você só chega aos 25 graus. Repetindo, há um erro a evitar: patrocinar um número maior de pessoas do que aquele com que pode lidar eficientemente, isto é, acrescentar dois graus e perdê-los com a mesma rapidez.

Seu patrocinador ajudou-o a patrocinar essas cinco pessoas, e você, por seu lado, ajudará essas cinco a patrocinar outras para que obtenham seus cinco graus. Os cinco graus delas equivalem a dez para você. Cada um dos que compõem seu pessoal de segundo nível vale dez graus para você.

OBSERVE: se você ajudou apenas uma dessas cinco pessoas a patrocinar outras cinco, esse trabalho colocaria você acima de cinquenta graus.



Observe o que acontece quando você ensina a uma pessoa como patrocinar em um nível mais baixo. O terceiro nível equivale a vinte graus. O quarto, quarenta graus. Quanto mais fundo você desce, mais quente fica a coisa!

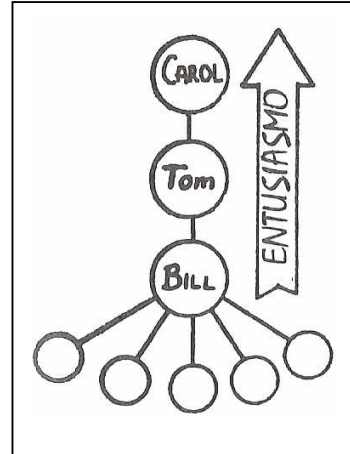
Só se pode compreender esse fenômeno quando ele acontece pela primeira vez — e é por esse motivo que você quer que ele aconteça com seu pessoal tão logo seja possível. Uma vez que o experimentem, ficarão ESTIMULADOS!

Vejamos um exemplo: Carol patrocina Tom, que patrocina Bill. Carol recebe um telefonema, e Bill lhe diz que, na semana anterior, patrocinou cinco pessoas realmente interessadas — e que está realmente indo em frente com a coisa!

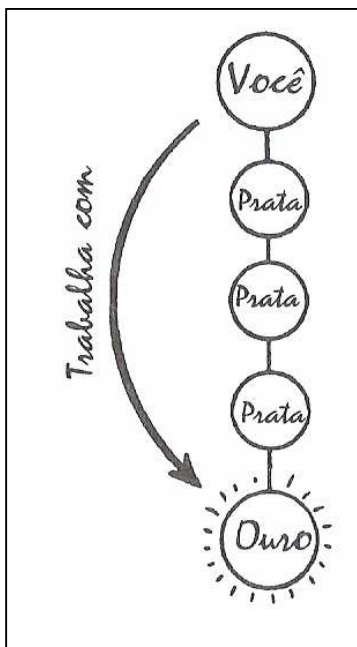
Isto ESTIMULA todos na linha ascendente de patrocínio. Veja a seta subindo. Essa a razão para ser chamada de MOTIVAÇÃO PARA CIMA.

Você precisará ajudar pessoas que patrocinou a dar AJUDA ao pessoal delas. Mas vou mostrar uma exceção a esse caso. Quando você patrocina uma pessoa no negócio, ela é um Navio de Prata. Todos entram como Navios de Prata. Estão animados, mas ainda não se mostram seriamente interessados.

Todo mundo tem pelo menos um amigo. Reúna-se com seu pessoal — e ajude-os a patrocinar alguns de seus amigos, que entram como Navios de Prata.



APOIE seu pessoal! enquanto eles ajudam seus amigos a patrocinar mais amigos linha abaixo até três ou mais níveis de profundidade. De repente, em algum lugar linha abaixo, você acha alguém que se revela como um NAVIO DE OURO. Neste caso, você faz o seguinte: vá até lá e ajude esse OURO — o primeiro OURO autêntico que você tem nessa linha. O que acontecerá é que, no processo de ajudar o Ouro, os Pratas vão se converter em Ouro.



Assim você converte os Pratas: consiga alguém abaixo deles. Se essa pessoa embaixo deles realmente decola (é um Ouro), o Prata que a patrocinou vai dizer: “Ei! Eu devo começar a correr atrás...” Não há nada que motive mais uma pessoa do que ter outra abaixo dela REALMENTE ATUANDO. Já foi dito que: “Você pode motivar mais rápido uma pessoa pondo uma vela acesa embaixo da cadeira do que lhe encostando um maçarico na cabeça.”

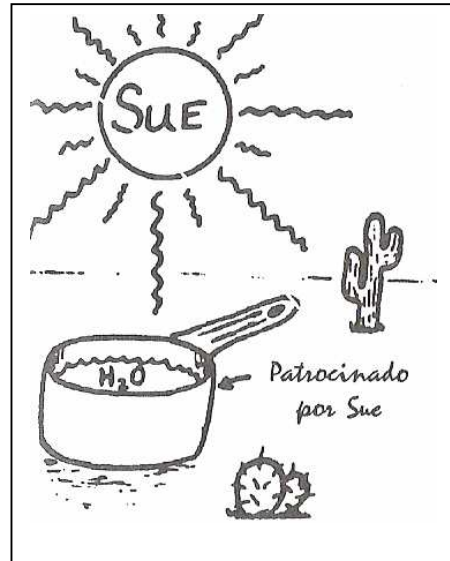
Para concluir: a única coisa que você não quer fazer é criar dependência em relação a você por parte do pessoal que patrocinou. Eles não podem depender de você para sempre; se forem, não vai funcionar. Eles têm de chegar a um ponto em que não mais precisam de você. Você alcançará esse ponto quando seu pessoal for capaz de ensinar ao seu próprio pessoal todas as dez apresentações num guardanapo — ocasião em que saberão tudo que precisam saber para construir uma organização forte. Então você pode procurar Outra pessoa seriamente interessada para substituí-los.

Vamos supor, no caso desse exemplo, que você patrocinou a Sue. E lhe diz: “Sue, vamos supor que você é igual ao Sol. O Sol tem mais energia do que tudo que conhecemos.” (Isso é uma espécie de elogio indireto.) Você continua, dizendo: “A pessoa que você (Sue) patrocina seria como uma panela d’água.” (OBSERVE: Você patrocinou Sue, mas não assuma o papel de Sol nem a chame de panela d’água — isso não é nada lisonjeiro.)

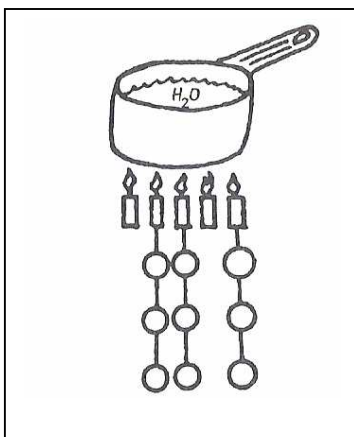
Assim, no seu grupo há um “Sol”. Em que ponto a água ferveria? Se você pegasse uma panela d’água e a colocasse no meio do deserto mais quente, no dia mais quente do ano, ainda assim não ferveria. Para ferver, a água precisa atingir 100 graus. Ela não vai ferver a 98 ou 99 graus. Precisa atingir no mínimo 100 graus para ferver.

Observe então o seguinte: se sua atitude está em 100 graus e só precisa estar em 10 graus para ser eficaz, você poderia conversar com qualquer pessoa, em qualquer ocasião, sobre o que está fazendo. Essa é a direção para onde se encaminha sua atitude. Acabamos de lhe dizer que o Sol não pode fazer a água ferver — tampouco seu patrocinador. Nenhum tipo de motivação “banho quente” pode.

Não me importa nem um pouco se as pessoas mais graduadas em todas as empresas de Multinível participaram em comícios na cidade e se você compareceu a todos eles — sua água não vai ferver nunca. Elas podem elevar sua atitude acima do nível eficaz de dez graus, mas cabe a você fazer com que a água ferva. E, lembre-se, seu patrocinador irá ajudá-lo.



Em outras palavras, você conhece algumas pessoas que seu patrocinador não conhece. Ele o acompanhará e o ajudará a patrocinar alguém. Uma vez que você patrocine alguém, você acende o bico de gás embaixo da panela. Com cinco pessoas patrocinadas, você tem cinco bicos de gás, o número máximo que a panela cobre. Observe: a água ainda não está fervendo; está apenas em 12,5 graus, se as suas cinco pessoas ainda não patrocinaram ninguém. Mas, se quaisquer três delas descerem três níveis, ou quaisquer duas quatro níveis, ou qualquer uma descer cinco níveis, a água começará a ferver. Qualquer combinação que no total chegar a 100 graus fará a água ferver. Quando ela começar a ferver, o Sol (o patrocinador) poderá ir embora, e a água continuará a ferver. Uma vez que tenha demonstrado esse fato a uma pessoa, quando você lhe telefona, ela compreenderá que você está ligando porque quer ajudá-la. Não para lhe encostar um maçarico na cabeça, mas, sim, saber se consegue acender outro bico de gás ou elevar a temperatura nos que já estão acesos. Você quer ajudá-las a conseguir fazer com que sua água ferva. Quanto mais você desce no grupo, mais quente se torna o bico de gás.



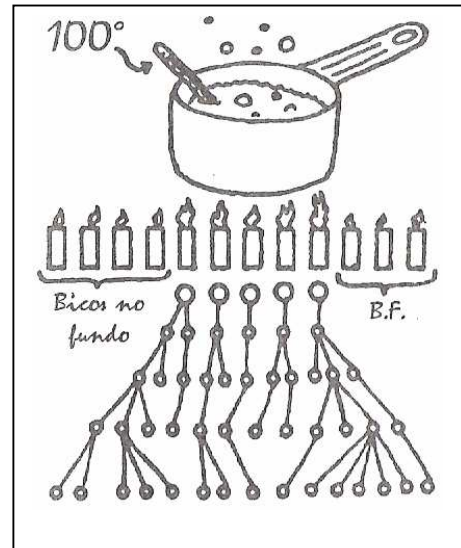
Em todos os programas de MMN, assim que você tenha uma pessoa com sua água fervendo, a situação poderá parecer semelhante ao exemplo à esquerda. Note que há outras pessoas que também foram patrocinadas. O primeiro a ferver não é necessariamente o primeiro que você patrocinou. E, sim, o primeiro que ficou seriamente interessado e conseguiu a profundidade na sua organização para colocá-la e mantê-la em andamento.

Quando a água ferver nesse caso, você pode continuar trabalhando com cinco pessoas seriamente interessadas. Observe que a panela só pode cobrir cinco bicos de gás de cada vez. (Isto combina com a primeira Apresentação, no Capítulo II.)

Se você patrocina 15 pessoas em sua organização, pode trabalhar eficazmente apenas

com 5 de cada vez. Talvez precise patrocinar de dez a vinte pessoas para conseguir essas cinco seriamente interessadas. O que acontece com as outras? Nós as colocamos nos bicos no fundo do forno, por assim dizer.

Assim, quando a água estiver fervendo em um ou mais dos “cinco”, antes de sair em busca de alguém novo para patrocinar, dê um pulo até os bicos no fundo e alerte esse pessoal sobre o que está acontecendo. Talvez descubra que, devido a questões de *tíming* ou circunstâncias, na ocasião em que os patrocinou, eles ainda não estavam prontos para ficar seriamente interessados no negócio, mas agora estão. Talvez eles estivessem simplesmente esperando para ver como o programa funcionaria para você. Assim, dê um pulo até os bicos no fundo.



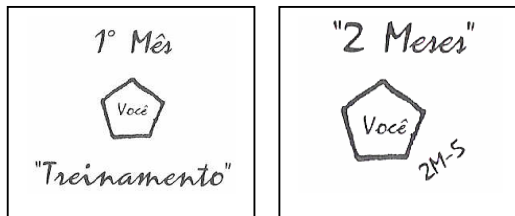
Anotações

CAPÍTULO XI

Apresentação num Guardanapo nº 11 PENTÁGONO DE CRESCIMENTO

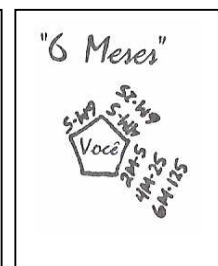
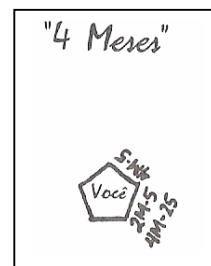
Cinco tem sido o número “mágico” em todo este livro. Então é apropriado que esta Apresentação final seja uma excursão divertida num exercício matemático em cinco orientações, que tenderá também a ser um AUTOMOTIVADOR em todas as ocasiões em que tiver de explicá-la a alguém.

Este “Pentágono de Crescimento” representa uma perspectiva importante da RAPIDEZ com que sua organização pode crescer, se você adotar os princípios que descrevemos neste livro.

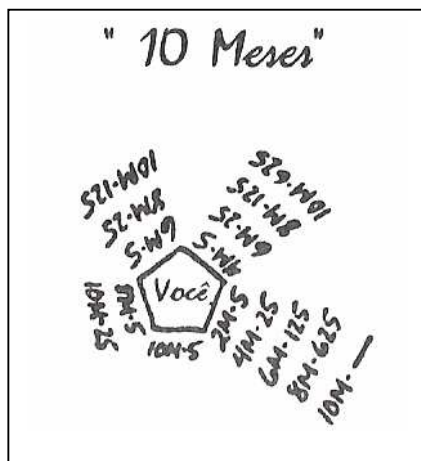
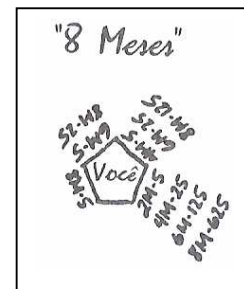


Você entra no negócio e, em dois meses, patrocinou cinco pessoas que querem realmente assumir o controle de suas vidas. (Escreva 2M-5 em um dos lados do pentágono, conforme mostrado na figura representando “2 Meses”).

Dois meses depois (isto é, ao fim do quarto mês), as cinco do segundo mês, tendo sido ensinadas a fazer o que você faz, proporcionam-lhe 25 distribuidores de segundo nível. Ao mesmo tempo, você desenvolveu mais cinco pessoas seriamente interessadas no seu primeiro nível. Seu pentágono, nesse momento, tem a aparência da primeira figura.



Após seis meses, você poderá ter 125 pessoas no terceiro nível, sob seus cinco “originais”, 25 nos segundos níveis sob os cinco de seu segundo grupo de pessoas seriamente interessadas, além de um terceiro grupo de cinco que desenvolveu (segunda figura). Ao fim de oito meses, seu pentágono de crescimento pode se parecer com o que vê na terceira figura.



Neste momento, passe o guardanapo (ou quadro) a seu aluno, entregue-lhe a caneta, e peça-lhe que complete o diagrama relativo a dez meses. Simplesmente trace uma linha representando os dez meses (10M) do grupo original, uma vez que o número é grande demais para que se identifique bem com ele, acima de 3.000 (3.125, para ser exato). A primeira figura da página seguinte é a que ele deve ver nesse instante.

Dê mais uma vez a volta ao Pentágono e prolongue-o até um ano.

[illegible]

41

CAPÍTULO XII

VOLTANDO À ESCOLA

Sua atitude pode fazer uma grande diferença quando você está tentando patrocinar um novo distribuidor. A maioria dos distribuidores parece ter a atitude de “Quem é que posso atrair para meu negócio?”. Acho que a atitude correta é: “Quem será o próximo ao qual ofereço uma oportunidade de se aposentar?” Se você acredita que uma pessoa poderia se aposentar dentro de um a três anos, e aprendeu como apresentar esta possibilidade em uma apresentação que leva apenas dois minutos, por que desejaria dar essa oportunidade a um estranho?

Para poder aposentar-se dentro de um a três anos, ganhando mais de US\$50.000 anuais, a pessoa precisa estar disposta a voltar à escola. Ela pode aprender tudo de que vai precisar saber investindo de cinco a dez horas por semana durante seis meses. “Aposentar-se” significa simplesmente: “...não ir trabalhar, a menos que queira”. Se alguém lhe diz que vai lhe dar trinta dias para ver como a coisa funciona, não perca seu tempo. Você não pode escavar suas fundações em trinta dias. Vai precisar de pelo menos seis meses.

A escola à qual me refiro é a do ENGAJAMENTO. A partir do momento em que sai de casa para sua sessão semanal de treinamento, participa da reunião, toma um café e volta para casa, você já investiu de três a cinco horas. O resto do tempo é gasto escutando fitas de motivação positiva e fitas sobre seu programa, comparecendo a sessões de chiado, conversando com distribuidores potenciais etc. Tudo isso pode ser feito simultaneamente com tudo mais que você já vem fazendo fora do MMN.

Quando dirijo seminários, faço a pergunta seguinte em vários lugares nos Estados Unidos e Canadá: “Alguém conhece um curso superior de quatro anos através do qual possa formar-se e, em seguida, ter a esperança de se aposentar dentro de um a três anos, com uma renda de mais de US\$50.000 anuais?” Jamais alguém me disse que conhecia. Ninguém consegue identificar um curso de nível superior em que isso seja até mesmo uma possibilidade remota. E é isso o que emociona no MMN. Você pode, realmente, aprender em seis meses tudo de que vai precisar para aposentar-se dentro de um a três anos.

Lembra-se do tempo em que estava na faculdade, quando foi a uma livraria e comprou os livros para o trimestre? Livros-texto grandões, pesadões. Você mal podia esperar para voltar ao quarto e começar a estudar. Lembra-se também que mal podia esperar até o fim do trimestre para fazer as provas? Enquanto estava na faculdade, alguém lhe pagava por ter ido? Já que estudou quatro anos sem ser pago, e como não tinha nenhuma esperança de se aposentar dentro de um a três anos, então por que ficou tão preocupado com o pouco que ganhou nos seus primeiros poucos meses do MMN? Lembre-se, você está na escola. Na escola do MMN.

Algumas pessoas no MMN ficam desanimadas após apenas algumas semanas. Não acho que tenham o direito de ficar desanimadas, a menos que tenham freqüentado a escola do MMN durante pelo menos seis meses. Experimente só deixar que um estudante de medicina o opere após apenas algumas semanas de faculdade. Você ficaria, provavelmente, muito desapontado com o resultado.

Pergunte a um médico, advogado, dentista ou qualquer outro profissional liberal há

quanto tempo estão exercendo sua profissão. A resposta deve ser a partir do dia da formatura, e não do primeiro dia como calouro na faculdade. Quando você pergunta a alguém no MMN quanto tempo está no negócio, a resposta é: desde o dia em que assinou o Contrato ou Proposta de Distribuição. Você deve, na verdade, contar o tempo em que está no MMN a partir do momento em que sabe o que está fazendo.

A única ocasião em que ficará desapontado é quando esperar alguma coisa, não a conseguir ou ela não acontecer. Um grande número de distribuidores entra no MMN esperando começar a ganhar muito dinheiro desde o início. Antes e acima de tudo, você precisa freqüentar a escola. Isso leva pelo menos seis meses. Pense no aluno na faculdade. Após seis meses no primeiro ano, ele tem ainda que estudar três anos e meio, antes de sequer estar pronto para começar a procurar emprego.

Para realmente ter sucesso no MMN, você precisa ensinar aos outros ter sucesso. Seus distribuidores precisam deixar de se preocupar tanto com o dinheiro que estão ganhando e interessar-se mais em ensinar e trabalhar com sua linha descendente. Quanto mais cedo fizerem isso, mais rápido terão sucesso autêntico em MMN. Mas isso leva tempo. Antes de poder ensinar aos outros, você tem de aprender o que você mesmo deve fazer.

Se você tem distribuidores em sua organização que estão tendo problemas em conversar com seus amigos, talvez seja porque eles não acreditam realmente que poderiam se aposentar dentro de um a três anos, ou porque não compreendem como poderiam, de fato, fazer com que isso acontecesse. O que se segue é uma apresentação simples, que você poderá usar para demonstrar como alguém poderá desenvolver uma renda grande dentro de seis meses a três anos. Leva apenas alguns minutos para aprendê-la e uns dois minutos para fazer a apresentação. Trata-se de uma variação da Apresentação num guardanapo nº 1 no Capítulo II.

Vamos supor que você tem um novo distribuidor, a quem diz: “Levando em conta todas as pessoas que conhece ou que poderia conhecer com minha ajuda, você acha que poderia patrocinar cinco pessoas ao fim de seu primeiro mês? Pessoas que gostariam de aprender como se aposentar dentro de um a três anos?”

A maioria dirá: “Todas as pessoas que eu conheço gostariam de poder fazer isso.”

Não cometa o erro de ir com seu distribuidor visitar cinco pessoas de uma só vez. Acompanhe-o cinco vezes e visite individualmente cada pessoa. Se conversar com cinco ao mesmo tempo, uma única pessoa negativa poderá estragar a coisa para as outras quatro. Além disso, se você acompanhar o distribuidor cinco vezes, ele terá oportunidade de assistir a cinco demonstrações, e não apenas a uma única. Com esse treinamento, ele ficará pronto para visitar cada um de seus distribuidores cinco vezes. Seu distribuidor passará a ser *expert*, praticando com seus distribuidores potenciais, exatamente como você se tornou *expert*, praticando com os candidatos potenciais dele.

Se você puder patrocinar cinco distribuidores **SERIAMENTE INTERESSADOS** ao fim de seus primeiros trinta dias, deve poder ajudá-los a patrocinar cinco ao fim de três meses. Quando seu distribuidor estiver ajudando os cinco dele, você estará ajudando seu grupo abaixo e ensinando a seu pessoal a fazer a mesma coisa. Ao fim de seis meses, você deverá chegar ao terceiro nível. E daí, se você precisar de um ano? Ao fazer esta apresentação, as linhas (— 5 —) de cada lado de 5, 25 e 125 representam seus compradores no atacado ou as pessoas

que registraram para que você deixasse de incomodá-las. A demonstração deverá ter o seguinte aspecto:

	— Você —	
Fim do 1º Mês	— 5 —	
Fim do 3º Mês	— 25 —	
Fim do 6º Mês	— 125 —	

A esta altura, você deve ter um total de 155 distribuidores **SERIAMENTE INTERESSADOS**. Se está construindo sua organização da maneira certa, no processo de compartilhar com outros sua oportunidade, encontrará alguns que não a aproveitarão. Muitas dessas pessoas se tornarão compradores no atacado ou clientes de varejo.

Vamos supor que cada um dos distribuidores na sua linha descendente tem pelo menos dez amigos-clientes. Quando você multiplica dez amigos-clientes por 155 distribuidores seriamente interessados, obterá 1.550 amigos-clientes. Já que seus distribuidores são também clientes, você precisa adicionar 155 a 1.550, obtendo 1.705 como número total de clientes. Considere também que há três razões por que um distribuidor-cliente comprará mais produtos do que um amigo-cliente: 1) o distribuidor-cliente conhece melhor toda a linha de produtos; 2) O distribuidor-cliente pode comprar os produtos no atacado e é mais provável que seja mais generoso pessoalmente com seu uso; 3) o distribuidor-cliente compra produtos para dar como amostras. Você deve estimular todos os seus distribuidores a usar amostras assim como usá-las você mesmo.

Alinha sob o número “155”, representa seus compradores no atacado, que não estamos contando. Isso somente significaria um abono. Sua apresentação a esta altura deve ter uma aparência parecida com a seguinte:

	— Você —	155	Distr. interessados
Fim do 1º Mês	— 5 —	<u>x 10</u>	Amigos - clientes
Fim do 3º Mês	— 25 —	1550	" "
Fim do 6º Mês	— 125 —	+ 155	Distr. "
		-----	Compradores no Atacado
		<u>1705</u>	Total de clientes

Agora, multiplique 1.705 por US\$30 para obter o total de vendas do grupo por mês. A maioria de vocês está em programas onde suas vendas pessoais passam muito de US\$30 mensais. Uso esse número para ser um pouco conservador. Você não vai querer deixar alucinado seu distribuidor potencial. E por isso que, no nível 3, você pergunta: “E se eu levasse um ano, em vez de seis meses? Valeria a pena?”

Ao multiplicar US\$30 por um número total de 1.705 clientes, você obtém um volume total de US\$51.150. Enfatize que está trabalhando com apenas CINCO distribuidores SERIAMENTE INTERESSADOS.

Com um volume de mais de US\$50.000 mensais em vendas, sem contar com seus compradores no atacado, você deve estar ganhando entre US\$2.000 e US\$6.000 mensais.

A razão da diferença entre US\$2.000 e US\$6.000 mensais é que nem todos podem ter dez amigos-clientes; alguns poderão ter mais.

Nesta altura, você já estará fazendo sua demonstração há uns 10 a 15 minutos. Esta é a ocasião em que faz a pergunta que o informa se seu distribuidor potencial está disposto a investir o tempo necessário para aprender a dirigir. Se ele disser “não passe direto para os produtos e você conseguirá outro cliente no varejo. Se ele disser “sim”, passe para a apresentação seguinte, a diferença entre 5 e 6. Quando você completar essa apresentação, ele estará mais do que pronto para fazer uma inspeção em seu veículo.

A pergunta-chave é a seguinte: se você puder ganhar entre US\$2.000 e US\$6.000 mensais dentro de seis meses, além do que está ganhando atualmente, você conseguirá imaginar-se voltando à escola durante dez horas por semana, durante seis meses, para aprender como fazer isso?

Esta apresentação é simples e explica o mecanismo através do qual uma organização pode crescer. É uma combinação de construir a organização e de todos venderem um volume mínimo no varejo. Qualquer um pode conseguir dez amigos-clientes. Não precisa ser um vendedor profissional para fazê-lo. Quando concluída, a apresentação completa deverá ser parecida com:

	—Você—	155 Distr. interessados
Fim do 1º Mês	-5-	x 10 Amigos - clientes
Fim do 3º Mês	-25-	1550 " "
Fim do 6º Mês	-125-	+ 155 Distrib. "
(ou 1 ano)		----- Compradores no atacado
		<u>1705</u> Total de clientes
		x \$30
		<u>\$51,150</u> Volume total

Distribuidor SERIAMENTE INTERESSADO, nesta apresentação, quer dizer o indivíduo que assumiu o seguinte compromisso: investir um mínimo de cinco a dez horas por semana, durante pelo menos seis meses. Esta é a única maneira de poder aprender o negócio.

CAPÍTULO XIII

BRINCANDO COM NÚMEROS PARA PROVAR UM ARGUMENTO

O que você fará quando um de seus distribuidores de primeira linha (aqueles que você patrocinou pessoalmente) chegar a um ponto em que não precisará mais de você? (Releia a Apresentação num guardanapo nº 9, Capítulo X.) Nesse momento você está livre para patrocinar outra pessoa e criar uma nova linha. A definição de “linha” é quando a organização de seu distribuidor tem pelo menos três níveis de profundidade.

Em vez de ponderar quem é que vai trazer para seu negócio, agora você poderá fazer uma escolha. Entre todas as pessoas que conheceu enquanto trabalhava níveis abaixo com seus primeiros cinco distribuidores **SERIAMENTE INTERESSADOS**, agora você poderá escolher quem terá a oportunidade de uma aposentadoria prematura.

É emocionante compreender que você pode escolher a pessoa que terá essa oportunidade. Você fica bastante poderoso quando compreender e acreditar totalmente nisso.

Agora você tem seis distribuidores seriamente interessados em sua linha de frente. Demonstre a diferença entre cinco e seis que é, claro, um. Continue grupo abaixo. Seis vezes seis é igual a 36. Cinco vezes cinco é igual a 25. A diferença entre 36 e 25 é 11. Faça a operação mais uma vez. Cinco vezes cinco é igual a 25.

Seis vezes 36 é igual a 216 e a diferença entre 216 e 125 é 91. Nesse momento, sua apresentação deve ser parecida com:

Você	Diferença	Você
5	1	6
25	11	36
125	91	216

Continue linha abaixo com múltiplos de cinco até o sétimo nível. Sua demonstração, nesse momento, é parecida com:

Você	Diferença	Você
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625		
3,125		
15,625		
78,125		

Esta apresentação é de fácil aprendizado. Observe que quando você chega a 125 na coluna dos níveis, os três últimos dígitos alternam-se entre 125 e 625. Essa alternância continua, independente de quantos níveis você desça. Assim, você somente precisa lembrar dos números 3,15 e 78.

Neste ponto da apresentação, você sugere ao seu distribuidor que complete por si mesmo os cálculos. Em outras palavras, que multiplique 216 por 6 (o que dá 1.296) e desse número subtraia 625. A diferença é 671. Continue o processo até o sétimo nível. O impacto será muito maior se você conseguir que ele mesmo faça isso.

Faça esta pergunta: “Para você, qual será o valor no sétimo nível?” Deixe que ele dê um palpite. Ele sequer chegará perto. A diferença no sétimo nível é de mais de 200.000! Para ser exato, 201.811. Sua apresentação terá, nesse momento, o seguinte aspecto:

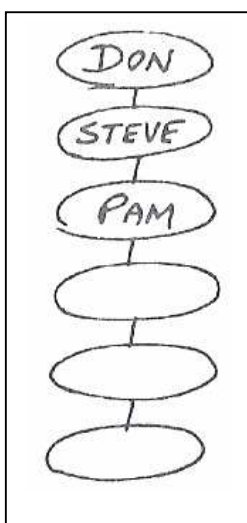
Você	Diferença	Você
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	?	—
3,125	?	—
15,625	?	—
78,125	201,811	—

Obviamente, 201.811 é uma grande diferença. Você deve dizer ao seu distribuidor que, tão logo compreenda a mecânica da operação, o indivíduo pode perceber a importância de trabalhar níveis abaixo. Por que se preocupar em ter tanta gente em sua primeira linha? De qualquer modo, você não conseguiria trabalhar com todos eles. Além do mais, patrocinar um número excessivo de pessoas em sua primeira linha envolve-o em um jogo que denominamos de “somar e subtrair”. Eu prefiro muito mais participar do jogo de multiplicação denominado Marketing Multinível ou, resumidamente, MMN.

Tudo que você tem de fazer para jogar é ensinar seu pessoal até três níveis de profundidade. Ao fazer isso, você, na verdade, chega ao quinto nível. Um exemplo: Meu nome é Don e eu patrocino Steve. Digo a ele: “Quando ajudar um novo candidato a dar partida, a coisa mais importante que pode lhe ensinar é certificar-se de que, quando ele patrocina alguém, seu pessoal desce três níveis com a maior rapidez possível.”

Antes mesmo de perceber, ele trará automaticamente para o jogo a Apresentação num guardanapo nº 9, sobre motivação.

Steve é bom aluno. Quando patrocina Pam, procura ajudá-la e apoiá-la linha abaixo, certificando-se de que ela está trabalhando até o terceiro nível. Temos aqui uma variação da Apresentação num guardanapo nº 2, que deve ser parecida com:



Agora, verifique a profundidade: cinco níveis abaixo de você. Você ensinou a Steve que se certificasse de que seu pessoal desceria três níveis. Steve agora ensinará a seu pessoal o que você lhe ensinou e você descerá ainda mais fundo. Entende agora por que professores de escolas se saem tão bem em MMN?

A maioria dos “vendedores”, quando começa a construir uma organização, pensa que isso é um negócio de patrocinar, patrocinar, patrocinar. Na verdade, o negócio é patrocinar e ensinar, patrocinar e ensinar, patrocinar e ensinar. Você nunca será bem-sucedido no MMN até que ensine a outra pessoa como chegar lá.

Se continuar sua apresentação mostrando a diferença entre cinco e seis até o quarto nível, você terá 1.296 menos 625, ou uma diferença de 671. O total das diferenças dos primeiros quatro níveis será de 774.

Seu total de distribuidores na coluna da esquerda será 780; e o total na coluna da direita, 1.554. Sua apresentação teria nesse momento o seguinte aspecto:

Você	Diferença	Você
5	1	6
25	11	36
125	91	216
625	671	1296
Totais 780	774	1554

Agora você está trabalhando por conta própria. Multiplique 780 ou 1.554 por 10 amigos-clientes. Acrescente os amigos-clientes aos distribuidores-clientes. Em seguida, multiplique esse total por US\$30 por mês e então multiplique o resultado por 12 meses. Lembre-se, não estou nem mesmo levando em conta os compradores no atacado. Agora, entende como uma pessoa poderia aposentar-se dentro de um a três anos? Você não pode conseguir isso patrocinando com amplitude na horizontal, sem descer na vertical.

Esta apresentação é uma continuação da Apresentação num guardanapo nº 1.

Anotações

CAPÍTULO XIV

SESSÕES DE TREINAMENTO *VERSUS* REUNIÕES SEMANAIS DE APRESENTAÇÃO DE OPORTUNIDADES

A maioria das pessoas no MMN começa assistindo a uma reunião semanal de apresentação de oportunidades. Já que é dessa maneira que entram no negócio, elas pensam que conseguir levar pessoas a essas reuniões é tudo o que há sobre o negócio.

Depois de convidar um número de pessoas para uma reunião, suspendem os convites. Isso, por acharem que já têm um grupo mais do que suficiente. O que acontece? Na noite da reunião, ninguém aparece. Essa situação pode ser muito desestimulante.

Uma reunião típica de apresentação de oportunidades será mais ou menos assim: uma sala com cadeiras arrumadas como uma platéia de teatro, seja em casa ou num hotel. Um quadro-negro ou um quadro branco em frente, montado num cavalete. Um indivíduo de terno fazendo uma palestra sobre a empresa, os produtos e, claro, o plano de marketing. A apresentação, na maioria dos casos, dura uma hora e meia.

Entre as 22 pessoas que comparecem, haverá 19 distribuidores e três novos convidados. A maioria dos que foram convidados não apareceu. O indivíduo fazendo a apresentação dirige-se aos presentes. Está falando para apenas três das 22 pessoas! Para o distribuidor que já compareceu a várias reuniões e presenciou muitas vezes a mesma apresentação, tudo passa a ser tédio puro. Ele tende a ficar cheio de tantas reuniões.

Durante a apresentação, você fica de olho nos convidados e percebe inclinações de cabeça, um sinal positivo, enquanto o organizador fala sobre a empresa, os produtos e o plano de marketing. Com tanta linguagem corporal positiva assim, por que os convidados recusam a oportunidade quando perguntados se conseguem imaginar-se começando a trabalhar? Não faz sentido que possam gostar de tudo que viram e ouviram e, ainda assim, responder “Não”.

A razão do “Não” é simples. Eles consideram “bem-sucedida” a pessoa que está fazendo a apresentação. Imaginam que, para obter sucesso, também terão de fazer apresentações. Talvez não imediatamente, mas, algum dia, terão de fazer isso — algo de que a maioria das pessoas tem mais medo do que da morte. ‘Têm medo de se colocar na frente de um grupo e falar. Agora você pode compreender por que elas recusam a oportunidade que lhes ofereceu. (A propósito, este ponto é importante: elas disseram “Não” à oportunidade, não a você pessoalmente. Não deixe que esses “Nãos” o desanimem.)

Comprovo esse ponto quando estou dirigindo seminários. ‘Tomo a palavra e digo: “Desde que meu tempo é curto, só tenho tempo para chamar uma pessoa. Os que estiverem interessados em se apresentar e dizer tudo que quiserem durante os próximos três minutos, queiram, por favor, levantar a mão.” Pouquíssimos, menos de 5%, fazem isso. Você deveria ver a expressão de alívio no rosto dos que levantaram a mão quando eu disse que estava apenas brincando.

Conheço centenas de pessoas que podem manter uma conversa por qualquer tempo com um amigo tomando uma xícara de café. Mas essas mesmas pessoas se acovardam diante do simples pensamento de falar para um grupo. O tamanho do grupo não faz diferença. Alguns presidentes de empresas começam a suar frio ao dirigir a palavra aos

colegas da diretoria ou fazer uma apresentação aos acionistas.

Você gostaria de evitar esse medo enquanto monta sua organização? Gostaria de realizar apresentações semanais de estimulantes oportunidades? Você pode. Logo que compreender COMO, sua organização crescerá muito mais rápido.

Fazemos reuniões com nossos distribuidores potenciais individualmente ou em “Sessões de Chiado” (ver o Capítulo IX, Apresentação num guardanapo nº 8). Preferimos nos reunir com eles em um restaurante e em uma hora de pouco movimento. Sugerimos aos nossos convidados que tragam um gravador de fita. Eles podem usá-lo para, mais tarde, revisar a apresentação ou como ferramenta para ajudá-los a patrocinar seus amigos.

Prefiro sempre que tenham lido este livro, *Como construir uma organização de marketing Multinível grande e bem-sucedida*, antes de me encontrar com eles. A leitura poderá poupar-lhes bastante tempo. Se eles já “sabem como dirigir” antes de você se encontrar com eles, torna-se mais fácil ajudá-los a escolher um “veículo”. (Consulte a “Apresentação num guardanapo nº 3, no Capítulo IV.)

Após alguns minutos de conversa descontraída sobre os benefícios do MMN, diga-lhes que gostaria de fazer uma apresentação de vinte minutos sobre sua empresa, produtos e plano de marketing. Já que você anunciou que vai levar apenas uns vinte minutos, isso implica que qualquer pessoa poderia aprender a fazer uma apresentação nesse espaço de tempo. Além do mais, antes de aprendê-la, tudo o que terão de fazer é passar a fita para os amigos.

Se você precisar de uma hora e meia para apresentar a empresa, produtos e plano de marketing, pode tornar-se seletivo demais com as pessoas com quem vai marcar as reuniões. Quantas demonstrações de hora e meia você é capaz de fazer? Quando consegue reduzi-la a vinte minutos, você poderá ser produtivo durante um intervalo para o café ou fazer umas duas apresentações durante a hora do almoço.

Eu dividiria a apresentação de vinte minutos da seguinte maneira: três minutos para falar sobre sua empresa; sete para conversar sobre os produtos e distribuir algumas amostras. Reserve algo como dez minutos para explicar o plano de marketing. Divida o plano total de marketing em várias partes. Na maioria dos casos, você não vai precisar explicar as últimas partes para conseguir que seu candidato dê a partida. Lembre-se, ele assumiu o compromisso de voltar à escola durante cinco a dez horas por semana, a fim de aprender o negócio. Na primeira reunião, não tente ensinar tudo que ele vai aprender nos seis meses seguintes.

As duas palavras mais importantes em MMN são PATROCINAR e ENSINAR. A palavra menos importante é “vender”. “Vender” deve ser sempre substituída por “compartilhar”. Em seguida, as três palavras mais importantes são EXPOR, ENVOLVER e APERFEIÇOAR. Em primeiro lugar, você EXPÕE a uma pessoa a sua empresa. Em seguida, consegue que ela fique ENVOLVIDA durante cinco a dez horas por semana, durante os seis meses seguintes. Seu conhecimento e sua motivação sobre a meta a ser alcançada no negócio serão APERFEIÇOADOS enquanto ela prosseguir. Ela pode entrar pensando em ganhar US\$300 ou US\$500 mensais adicionais, mas, após se envolver durante seis meses, seu pensamento será provavelmente aperfeiçoado para um rendimento de vários milhares de dólares mensais.

Se o candidato potencial esquecer o gravador, use o seu e dê-lhe a fita quando terminar

á exposição. Ao iniciar a apresentação de vinte minutos, peça-lhe que escreva as perguntas que lhe possam ocorrer e explique que as responderá quando terminar de falar. Explique que, se tivesse de responder a perguntas durante a apresentação, não poderia limitá-la a vinte minutos.

A ferramenta (a fita) que você fornece ao seu novo distribuidor lhe dá uma razão válida para manter a apresentação organizada, sem interrupção a cada dois minutos. A apresentação gravada também sairá mais organizada. Se tivesse de responder a uma só pergunta durante a apresentação, isso seria o equivalente a abrir a caixa de Pandora. Logo que começa a pular de um lado para o outro, você perderá a continuidade da sua apresentação.

Se o candidato mostrar hesitação, indeciso se poderá ou não conduzir o negócio, diga-lhe simplesmente o seguinte: “Antes de tomar sua decisão final, por que não vem à nossa sessão semanal de treinamento para ver como treinamos nosso pessoal?”

O objetivo dessa sessão semanal de treinamento é de ensinar a seus distribuidores como reunir-se com um amigo, tomando um café, e lhe fazer uma exposição de vinte minutos sobre sua companhia, produtos e plano de marketing. A sessão inteira não deve durar mais de uma hora.

Ao contrário da reunião de apresentação de oportunidades, na sessão semanal de treinamento você dirige a conversa para os distribuidores, e não para os convidados. Já notou como uma conversa se torna mais convincente quando a ouve e não quando ela é dirigida diretamente a você? Enquanto você ensina aos seus distribuidores como eles devem apresentar a empresa, os produtos e o plano de marketing, seus convidados também estão sendo treinados.

O resultado líquido desse estilo de ensino é que agora você tem **19** distribuidores que estão mais bem preparados para compartilhar a oportunidade com outros, e três convidados que se envolvem porque podem se ver conduzindo o negócio. Uma única pessoa pode ser a treinadora de uma cidade inteira, de modo que você não precisa nunca projetar a idéia de que alguém teria de dirigir-se sozinho a um grupo para ter sucesso.

É da mais alta importância reunir seus distribuidores pelo menos uma vez por semana. Lembra-se da Apresentação num guardanapo nº 8, que trata das sessões de chiado? Você precisa manter juntos seus “pedaços de lenha” para promover a energia necessária, de modo a habilitar seus distribuidores a serem mais eficazes quando se dirigirem aos amigos.

Não há necessidade de gastar muito dinheiro para conseguir um local de reuniões. Há inúmeros restaurantes que possuem uma sala nos fundos ou lateral que você poderia usar sem custo adicional. Simplesmente procure o gerente e lhe explique que faz parte de um grupo de pessoas que gostariam de reunir-se ali semanalmente. Comece a reunião às 20:00 e tudo acabará por volta das 21:30. Convide o pessoal para chegar mais cedo (entre 18:30 e 19:00) a fim de jantar antes da reunião. O gerente não precisa contratar pessoal extra, uma vez que os pedidos podem ser despachados à medida que as pessoas chegam. Além do mais, se os garçons ficarem ocupados demais, você não se preocupará querendo um serviço rápido. O dono/gerente do restaurante ficará satisfeito com esse arranjo, e os garçons, também. Finalmente, lembre ao pessoal que deixe generosas gorjetas.

Esse arranjo não deve lhe custar nada além do preço das refeições e as gorjetas

habituais. Os distribuidores que não quiserem jantar deverão chegar por volta das 19:45.

Determinamos que esse tipo de arranjo é muito conveniente para que seus distribuidores convidem outras pessoas. Você pode mesmo oferecer-se para pagar o jantar ou o café do convidado. Uma vez tenham registrados como distribuidores, cada um paga o seu.

Não há mal nenhum em convidar qualquer pessoa para a reunião de treinamento, mesmo que ela não tenha assistido a sua apresentação de vinte minutos. Ela a verá enquanto o instrutor estiver ensinando aos distribuidores como apresentá-la. Ao fazer os convites, enfatize com os convidados que eles comparecerão a uma sessão de treinamento, e não a uma reunião de apresentação de oportunidades. Eles saberão das oportunidades durante o treinamento.

Anotações

CAPÍTULO XV

FRASES IMPORTANTES E RESPOSTAS A OBJEÇÕES

Como observei na Apresentação num guardanapo nº 4, sua empresa deve parecer um grande prédio em construção. Você não pode vê-lo até que ele comece a subir, e isso não pode acontecer até que você tenha construído fundações sólidas. Em MMN, ninguém pode ver a renda que vai obter (uma importância substancial) até que tenha lançado também os alicerces.

Conversando com alguém que não entende de vendas: “Vejo que você tem dúvidas em participar. Compreenda que, se disse que sim, eu o estarei treinando. Compreenda também que se eu achasse que você não poderia fazê-lo, estaríamos conversando sobre outro assunto.”

A pergunta que você deve fazer a si mesmo sobre a explicação anterior é a seguinte: “Por que eu iria convencer uma pessoa a participar de meu negócio, se achasse que ela não seria capaz?” Poderá também comentar: “Uma vez que você esteja neste negócio há trinta dias e conheça apenas uma fração sobre o negócio que conduzo, você vai compreender por que estou tão animado com a oportunidade que você tem.”

“Vou ter que vender?”. Não. Os produtos serão distribuídos durante o processo de construir seu negócio, de compartilhá-los com seus amigos. Já assistiu a uma apresentação de cristais, painéis de cozinha, alarmes de incêndio ou aspiradores de pó? É nisso que a maioria pensa que uma venda consiste. Essa é a definição dada por 95% de pessoas que não têm jeito para vender sobre o que pensam ser uma venda. Elas definem vendas como visitar estranhos, tentar convencê-los a comprar alguma coisa que provavelmente nem querem e da qual nem precisam.; Você nunca faz isso em MMN. Em primeiro lugar, você trata com pessoas que conhece. Em segundo, você deve estar trabalhando com produtos que elas querem e dos quais necessitam.

“É uma pirâmide?”. Não. A principal diferença entre pirâmides e MMN é que elas são ilegais. MMN existe há mais de trinta anos, e se fosse ilegal, teria sido fechado há muito tempo. Acredito que, na maioria dos casos, esta objeção se deve a medo de fracasso. A pessoa com quem trata tem medo de experimentar seu programa, e ao perguntar se é uma pirâmide, acha que você a deixará em paz, porque a maioria dos distribuidores não sabe como responder.

“Não tenho dinheiro para entrar num negócio.” A pessoa pode ingressar na maioria das empresas de MMN com menos de US\$ 100. A menos que queira passar o resto da vida trabalhando para outra pessoa, ela não pode se dar o luxo de não entrar no negócio. Minha definição de “chegar lá” é: ter mais dinheiro do que pode gastar e ter tempo para gastá-lo. Na minha opinião, você nunca “chegará lá” trabalhando para outra pessoa.

“Minha mulher/marido não vai se interessar.” Não deixe que essa resposta o desarme. Na maioria dos casos, apenas um dos parceiros é que inicia o negócio. Tão logo obtenha sucesso, o outro cônjuge embarcará na canoa. Quando isso acontece, seu negócio pode realmente decolar. Em MMN, quando um casal constrói junto o negócio, não é uma questão de $1 + 1 = 2$, é $1 + 1 = \text{mais}$. Você consegue um efeito sinérgico realmente poderoso.

“Há vantagem em ser patrocinado diretamente por uma empresa?” Não. De fato, eu consideraria isso uma desvantagem. Quanto mais distribuidores você tiver entre você e a empresa, melhor. Todos em sua linha ascendente devem estar ajudando-o e apoiando suas atividades. Quando é patrocinado por uma empresa, você trabalha sozinho.

“Até que linha abaixo devo ir com meu grupo?” Quanto mais fundo, melhor. Muitos distribuidores não trabalharão além do nível em que têm remuneração. Acho isso um erro. Lembra-se da Apresentação num guardanapo nº 9? Quando você trabalha além de seu nível direto de remuneração, você coloca calor sob os distribuidores que lhe pagam.

“De que maneira devo escolher uma empresa de MMN?” Ao ler este livro, você provavelmente já está ligado a uma empresa. A verdade é que a maioria das pessoas não escolhe sua primeira empresa. Alguém que conhecem e que já está ligado a uma empresa foi quem as escolheu.

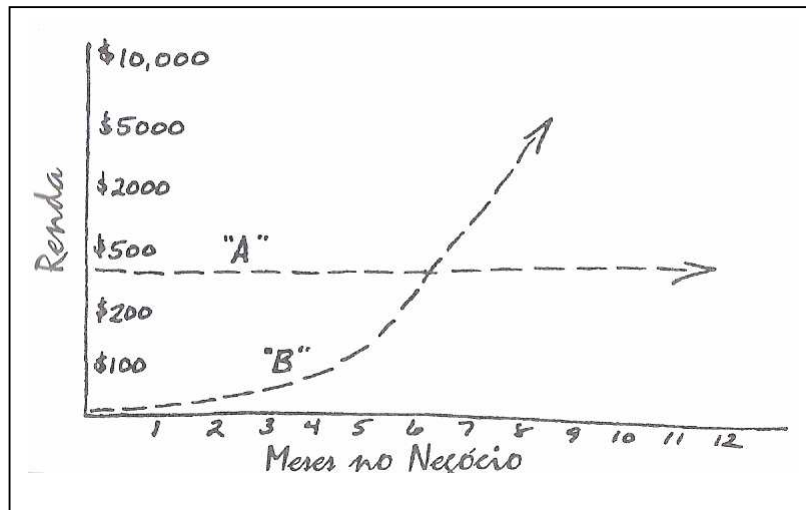
“Minha empresa diz que não posso me ligar a outra.” É interessante notar que algumas empresas adotam essa atitude. Ficam felizes em aliciar distribuidores de outras empresas, mas não toleram se alguém faz o mesmo com elas. Essas são as mesmas empresas que dizem: “Venha trabalhar conosco e ganhe sua liberdade.” Logo que você faz isso, elas passam a querer ser donas de você.

“Estou contente com minha empresa. Então, por que me ligar a outra?” Nós acreditamos em ajudar nossa indústria, o MMN. Quando queremos alguma coisa para nossa família, preferimos nos ligar a uma empresa e comprar o produto ao atacado a comprá-lo no varejo ou ponto de venda direta. Você pode se comprometer com várias empresas para comprar produtos no atacado. Contudo, poucos distribuidores terão sucesso se tentarem construir uma organização com mais de uma.

“Estou cheio de MMN, Minha companhia acaba de entrar em concordata.” Isso equivaleria a ir à cidade, jantar fora, comer mal e então concluir que todos os restaurantes do local são ruins. Lembre-se, você não pode fracassar em MMN. Só pode mesmo desistir. Se a companhia a que está ligado vai para o buraco, procure outra. Desistir, nunca. Na sua lápide, visualize dois possíveis epitáfios: (Escreva seu nome no espaço em branco.) A) “Aqui jaz uma pessoa que tentou uma única vez na vida e desistiu”; ou B) “Aqui jaz uma pessoa que nunca teve sucesso, mas que nunca deixou de tentar.”

Quando devo deixar meu emprego regular? Muitos distribuidores sentem cedo demais a ansia de dedicar tempo integral à nova atividade. Este é um grande erro. Coloca grande pressão sobre eles para ganhar dinheiro AGORA. É difícil trabalhar em suas fundações quando o aluguel vence esta semana. Você não deve deixar o emprego até que tenha feito uma reserva e esteja ganhando pelo menos duas vezes mais com o MMN do que no trabalho regular. Lembre-se de que sua remuneração só é paga uma vez por mês (no caso da maioria dos programas). A maioria das pessoas está acostumada a receber salário em base semanal. Alguns até o chamam de “semanada”.

“De que maneira você descreveria graficamente a diferença entre vender muito, patrocinando uma base ampla, e trabalhar com poucos distribuidores seriamente interessados (cinco de cada vez) linha abaixo?”



O distribuidor que vende muito e patrocina uma base ampla estaria na linha A. O que trabalha com alguns distribuidores seriamente interessados estaria na linha B. Pergunte a seu novo distribuidor em que linha ele gostaria de ficar. Se ele responder “B”, pergunte: “Você compreende que estar na linha B significa que não vai ganhar muito dinheiro nos primeiros meses?” Mais uma vez, você está tentando programar a mente deles para um período de seis meses.

Anotações